

RAPPORTO SOCIALE SISAL 2009



RAPPORTO SOCIALE SISAL 2009





I.

**L'identità di Sisal:
storia, valori, mission**

6 Il nostro impegno
per la Responsabilità
Sociale
Emilio Petrone

8 Come leggere
questo Rapporto
Sociale

13 1.1 1946:
nasce Sisal

14 1.2 Le tappe
della storia di Sisal

18 1.3 Valori e mission

II.

**Il Mercato dei giochi
e il Gruppo Sisal oggi**

23 2.1 Il Mercato
dei giochi

25 2.2 L'Organizzazione
e i centri
di eccellenza

27 2.3 Gli Azionisti e la
struttura societaria
di Sisal

31 2.4 I Marchi
del Gruppo

III.

**La Corporate
Governance e il
Modello Organizzativo
di Sisal**

35 3.1 Trasparenza della
responsabilità

35 3.2 Amministrazione
della Società

36 3.3 Il Codice
di Autodisciplina

37 3.4 Il Sistema
di Controllo interno

38 3.5 Il Decreto Legisla-
tivo n. 231/2001 e il
Modello Organizzativo
di Sisal

39 3.6 Il Codice Etico
e di Comportamento
di Sisal

42 3.7 L'organizzazione
della Qualità in Sisal



IV.

Gli Stakeholder di Sisal

- 47 4.1 AAMS
- 49 4.2 Le Istituzioni Pubbliche
- 49 4.3 Gli Azionisti e i Soci diretti e indiretti
- 50 4.4 I Dipendenti e i Collaboratori
- 56 4.5 I Partner Commerciali: la Rete e i Fornitori
- 60 4.6 I Clienti
- 63 4.7 La Comunità



V.

Il Valore Aggiunto e la sua distribuzione

- 67 5.1 La responsabilità economica
- 68 5.2 Il contributo di Sisal alla fiscalità generale
- 69 5.3 La produzione e la distribuzione del Valore Aggiunto



VI.

Il Gioco Responsabile

- 75 6.1 Sisal e il Programma di Gioco Responsabile
- 75 6.2 Attività di formazione e ricerca in tema di Gioco Responsabile
- 76 6.3 Dai valori alle azioni: il Decalogo di Gioco Responsabile di Sisal
- 77 6.4 I siti web di Sisal e la campagna di Gioco Responsabile
- 79 6.5 L'adesione e la collaborazione con le Associazioni internazionali



VII.

La Comunità e il Piano d'Azione di CSR – FACCIAMO VINCERE I GIOVANI

- 85 7.1 Sisal e la solidarietà
- 86 7.2 Sisal per l'emergenza terremoto in Abruzzo
- 87 7.3 L'impegno di Sisal per la Sostenibilità ambientale
- 88 7.4 Sisal e le sponsorizzazioni culturali
- 89 7.5 Le sponsorizzazioni sportive
- 90 7.6 La socializzazione
- 92 7.7 Il Piano d'Azione di CSR 2009-2010 FACCIAMO VINCERE I GIOVANI

Il nostro impegno per la Responsabilità Sociale

L'attenzione al sociale è radicata nel dna di Sisal fin dalle sue origini, quando nel 1946, tramite il gioco, ha ridato agli italiani speranza e voglia di sognare e ha contribuito con i proventi della "schedina Sisal" alla ricostruzione degli stadi di calcio distrutti dalla guerra. Da allora Sisal è notevolmente cresciuta, ma è rimasta fedele allo spirito delle origini che è alla base del suo continuo sviluppo. Con questo primo Rapporto Sociale, Sisal intende testimoniare e rinnovare il proprio impegno in tal senso: è un'occasione per fare un bilancio di quanto fatto finora e di quanto ancora si può fare rispetto alla capacità di stare sul mercato in modo etico.

I destinatari del Rapporto Sociale sono innanzitutto le persone di Sisal: l'attività stessa della Società si è sempre fondata su un rapporto di fiducia con i propri Dipendenti. Con tutti i propri Stakeholder, a partire dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS), alle Istituzioni Pubbliche, agli Azionisti, alla propria Rete e ai Clienti, Sisal ha saputo costruire nel tempo un rapporto di fiducia in grado di garantire affidabilità e sicurezza senza rinunciare alla capacità di innovazione che la contraddistingue e che ha portato, tra l'altro, al successo del SuperEnalotto, ormai non più solo un gioco ma un vero e proprio fenomeno di costume.

Sisal è fra i primi 10 operatori di lotterie nel mondo. Nella realtà economica italiana il settore del gioco è oggi un comparto assai rilevante in grado di produrre valore aggiunto che viene ridistribuito alle famiglie e alla Comunità. Sisal è membro della European Lotteries Association e della World Lottery Association con le quali sostiene e promuove un'idea di Gioco Responsabile e sicuro. Insieme ad AAMS, Sisal è fortemente impegnata nel contrasto al gioco illegale. La regolamentazione voluta da AAMS per far emergere il gioco sommerso è stata sostenuta da Sisal, nel suo ruolo di concessionario di AAMS, attraverso l'offerta di un ampio ventaglio di prodotti di gioco che hanno intercettato i gusti del pubblico mantenendo la componente ludica e di socializzazione. Come questo Rapporto Sociale testimo-

nia, Sisal si è impegnata concretamente in un Programma di Gioco Responsabile grazie ad alcune specifiche azioni: un'attenta selezione della Rete vendita, dei gestori e della loro formazione in tema di Gioco Responsabile, una campagna di comunicazione mirata e il sostegno a ricerche sulle best practices in tema di prevenzione e cura del gioco patologico.

Da quest'anno Sisal ha varato un Piano d'Azione di Responsabilità Sociale 2009-2010 che si articola in cinque aree: nuove attività a sostegno di un gioco sicuro e responsabile in linea con le politiche del Regolatore e dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato; opportunità di formazione e lavoro per giovani talenti; iniziative d'arte e cultura che offrano occasioni di aggregazione costruttiva e di sviluppo sociale; progetti di charity rivolti a bambini e giovani in difficoltà e attività a sostegno dello sport.

Nell'ambito del Piano d'Azione abbiamo creato il Programma "Facciamo vincere i giovani" che, grazie a partnership di grande eccellenza, intende dare strumenti ai giovani per sostenere le loro speranze grazie allo sviluppo di specifiche competenze. Da subito questo Piano si è dimostrato capace di grande duttilità allorché molte iniziative già programmate sono state ridisegnate per far fronte all'emergenza del terremoto in Abruzzo a cui Sisal ha contribuito coinvolgendo tutti i livelli della propria organizzazione.

Siamo certi che dalla lettura di questo primo Rapporto Sociale emerga la continuità della storia e dei valori di Sisal insieme alla sua capacità di innovare la propria mission per giocare appieno il proprio ruolo di leader dinamico e responsabile nell'economia e nella società italiana.

Emilio Petrone
Amministratore Delegato Sisal S.p.A.



Come leggere questo Rapporto Sociale

La Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR – *Corporate Social Responsibility*) esprime il legame tra economia e valori sociali e fa riferimento ad una visione del mercato regolato non solo da fattori economici ma anche da componenti etiche.

Per le aziende attive in settori “sensibili”, la CSR ha un ruolo centrale che si traduce anzitutto in una gestione responsabile dei propri prodotti.

Per Sisal essere un'impresa socialmente responsabile è una scelta identitaria ancor prima che strategica, presente nella sua storia fin dalle origini quando, nel 1946, contribuì alla ricostruzione post-bellica delle strutture sportive attraverso il concorso a pronostico sul calcio.

Per Sisal la Responsabilità Sociale d'Impresa significa:

- Attenzione non solo ai parametri economici della gestione aziendale ma anche al contesto sociale, a partire dalle proprie risorse umane fino a tutti i propri portatori di interessi.
- Adottare nelle funzioni e nelle attività aziendali un comportamento socialmente corretto e sensibile verso l'intera Comunità.
- Interpretare con senso etico la propria mission – essere leader nella gestione del Gioco Responsabile – rispettando i propri Stakeholder e stabilendo con essi rapporti trasparenti e di reciproco vantaggio.
- Andare oltre gli obblighi previsti dalla legislazione, adottando volontariamente comportamenti socialmente responsabili e perseguendo l'obiettivo di un successo costante e duraturo nel tempo per i propri azionisti e per tutti gli altri soggetti coinvolti.

Il Rapporto Sociale è uno strumento di rendicontazione e di comunicazione della gestione responsabile d'impresa e della responsabilità sociale. Il Rapporto Sociale di Sisal è quindi un documento consuntivo dell'attività di *Corporate Social Responsibility* in cui vengono illustrate a tutte le parti interessate, con assoluta trasparenza, l'attività svolta e le linee programmatiche per il futuro. Il Rapporto costituisce essenzialmente uno strumento di monitoraggio e di programmazione per il miglioramento delle performance sociali.

Gli obiettivi del Rapporto Sociale¹ di Sisal sono:

¹ Il Rapporto Sociale di Sisal è stato realizzato tenendo conto dei “Principi di redazione del Bilancio Sociale” definiti dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS), Associazione nazionale per la ricerca scientifica sul Bilancio Sociale.

- Fornire un quadro complessivo delle performance dell'Azienda.
- Diffondere informazioni sull'identità e sul sistema di valori dell'Azienda nonché sui comportamenti gestionali e sui risultati effettivamente raggiunti.
- Evidenziare il Valore Aggiunto prodotto e la sua distribuzione.
- Informare sulla qualità dell'attività svolta per permettere agli Stakeholder, anche sotto l'aspetto etico-sociale, una conoscenza e una valutazione migliori e più efficaci.

- Presentare gli obiettivi di miglioramento e fornire indicazioni sulle relazioni e il contributo dell'Azienda nei confronti della Comunità in cui opera.

I destinatari di questo documento sono gli Stakeholder, i portatori di interessi, ossia tutti quei soggetti che hanno con Sisal relazioni significative e i cui interessi sono a vario titolo coinvolti dall'attività aziendale.

Gli Stakeholder di Sisal sono, in estrema sintesi (l'analisi più approfondita è presentata nel quarto capitolo di questo Rapporto), una composita pluralità di attori esterni e interni. Anzitutto: ► il Regolatore pubblico e in particolare l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS), che è l'autorità a cui in Italia è demandata la disciplina del settore dei giochi, ► gli Azionisti e gli Investitori, ► i Dipendenti e i Collaboratori, ► i Partner Commerciali: la Rete e i Fornitori, ► i Clienti, ► la Comunità di riferimento. I dati economico-finanziari sono aggiornati al 31 dicembre 2008. Nel perimetro di consolidamento economico entrano Sisal Holding Finanziaria S.p.A., Sisal S.p.A., Sisal Match Point S.p.A., Sisal Bingo S.p.A., Sisal Slot S.p.A., Sisal Media S.r.l. (in liquidazione), Sisal Giochi S.p.A., Thomas Morden Course Ltd, Consorzio Promoippica (in liquidazione). Il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2008 è stato redatto in conformità agli International Financial Reporting Standards.



Non è possibile il confronto con i dati consolidati 2007 poiché, per quanto riguarda l'esercizio 2007, il conto economico riflette il periodo compreso dal 1° novembre 2006 al 31 dicembre 2007. La modifica si è resa necessaria per allineare alla data di chiusura di bilancio le varie Società di Sisal. A causa di questa variazione, i dati relativi all'esercizio successivo non sono comparabili.

Con la dicitura "Sisal" si fa riferimento al Gruppo Sisal Holding Finanziaria S.p.A., mentre le Società del Gruppo vengono indicate con la propria denominazione sociale.

Le informazioni sull'attività di Sisal contenute in questo Rapporto forniscono un quadro complessivo al 30 giugno 2009.

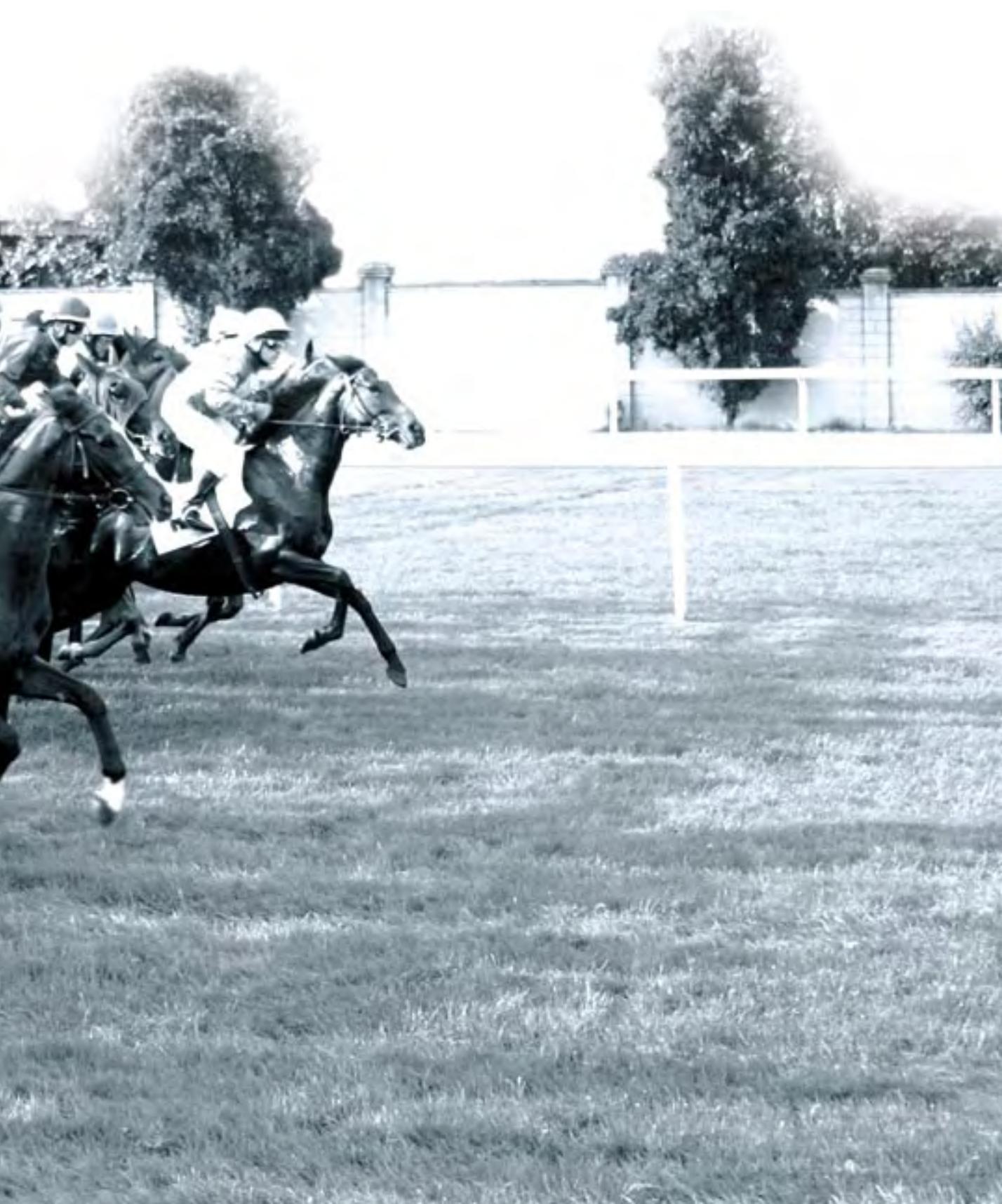
Il Rapporto si articola in sette sezioni:

- I. L'Identità di Sisal: storia, valori, mission
- II. Il Mercato dei giochi e il Gruppo Sisal oggi
- III. La Corporate Governance e il Modello Organizzativo di Sisal
- IV. Gli Stakeholder di Sisal
- V. Il Valore Aggiunto e la sua distribuzione
- VI. Il Gioco Responsabile
- VII. La Comunità e il Piano d'Azione di CSR – FACCIAMO VINCERE I GIOVANI

Il Rapporto Sociale 2009 di Sisal è consultabile anche nella sezione "Responsabilità Sociale" del sito www.sisal.it.



L'identità di Sisal:
storia, valori, mission





1. L'identità di Sisal: storia, valori, mission

★ 1.1 1946: nasce Sisal

Sisal è l'Azienda che per prima in Italia ha dato vita a un mercato moderno dei giochi a pronostico e che dal 1946 opera come concessionaria dello Stato nella gestione di giochi, concorsi a pronostico, scommesse e apparecchi di intrattenimento e divertimento.

Sisal nasce da un'intuizione di tre giornalisti sportivi: Geo Molo, Massimo Della Pergola e Fabio Jegher, in un'Italia ancora segnata dalla guerra e con un nuovo futuro da inventare.



Geo Molo, radiocronista per la Svizzera romanza e editore di giornali sportivi, Massimo della Pergola, uno dei più importanti giornalisti sportivi italiani di quegli anni e Fabio Jegher, scrittore, produttore cinematografico e comproprietario con il fratello Giorgio dell'ippodromo di Trieste, fondarono insieme la Sisal, acronimo di "Sport Italia Società a Responsabilità Limitata". Ambizioso e decisamente visionario il loro progetto: far sognare e divertire gli italiani con un concorso a pronostico legato al calcio. I concorsi a pronostico esistevano già in Inghilterra, Svezia, Finlandia, Belgio e Svizzera ma in Italia non erano ancora organizzati a livello nazionale e con il coinvolgimento pubblico.



Il 5 maggio 1946 venne varato il nuovo gioco, la "schedina Sisal", che subito si impose nelle abitudini delle famiglie italiane che cercavano di ricostruire una quotidianità fatta anche di piccoli riti. Quello stesso anno, Sisal creò il settimanale "Sport Italia", che portava le firme dei più prestigiosi giornalisti italiani. Ed è così che ebbe inizio il grande successo di un gioco, talmente radicato nel cuore e nella mente degli italiani che "vincere alla Sisal" divenne un modo di dire, segno dei tempi, dei sogni e delle speranze che a volte si realizzano.

Dal 1948 la schedina passò sotto la gestione diretta del CONI e divenne ufficialmente "Totocalcio", anche se in molte famiglie continuò ad essere chiamata "Sisal".

★ 1.2 Le tappe della storia di Sisal

Nel 1948 Sisal replica questo successo con il lancio di Totip, acronimo di Totalizzatore² Ippico, un concorso a pronostico dedicato all'ippica capace di avvicinare a questo mondo, oltre agli appassionati, anche il grande pubblico. Negli stessi anni Sisal crea la prima struttura sul territorio composta da 12.000 punti vendita e due sedi, una a Milano e una a Roma. Gli anni Cinquanta vedono la nascita della prima Rete distribuita sul territorio nazionale, con le sedi di zona e i cosiddetti "fiduciari" a presidio del territorio e dei rapporti con i punti vendita.

Nell'autunno del 1977, Rodolfo Molo subentra al padre Geo alla guida di Sisal, dapprima come Amministratore Delegato, poi come Presidente, dando inizio a un coraggioso processo di innovazione dell'Azienda con intuizioni vincenti che sono, ancora oggi, alla base di molti dei successi di Sisal. Vengono così introdotte nel mondo dei giochi le prime leve di marketing attraverso investimenti in comunicazione sia sul punto vendita sia sul marchio. Sotto la sua guida, Sisal realizza alcune originali iniziative di sponsorizzazione del marchio Totip; la più famosa è quella, realizzata con Pippo Baudo, per il Festival di Sanremo che consentiva al pubblico di votare i cantanti attraverso la schedina Totip: un enorme successo di immagine che ha permesso a Sisal di ampliare e stabilizzare la propria Rete di Ricevitorie. A Rodolfo Molo si devono inoltre importanti decisioni: anzitutto, come prima Società di gioco in Italia, l'investimento di ingenti capitali per l'informatizzazione dei processi di raccolta e gestione dei giochi. A ciò si aggiunge la sua decisione lungimirante di affidare la gestione di Sisal a un gruppo di manager, ritagliando per se stesso un ruolo di imprenditore nella definizione delle strategie aziendali, ruolo che ha ricoperto con passione e competenza dapprima come azionista di maggioranza e oggi come presenza qualificante, grazie alla sua esperienza del settore dei giochi, all'interno della compagine azionaria.

² Sono considerati "giochi a totalizzatore nazionale" quei giochi per i quali una quota pre-determinata delle poste in gioco è conferita a un unico montepremi, con una base di raccolta di ampiezza non inferiore a quella nazionale. Quanto "totalizzato" viene poi ripartito tra le giocate vincenti appartenenti alla medesima categoria di premi.

➤ Lancio della "schedina Sisal", primo concorso a pronostico sportivo basato sul campionato di calcio italiano

➤ Introduzione della Tris, scommessa semplice a totalizzatore sulle corse dei cavalli, all'interno della rete di ricevitorie di Sisal

➤ Il Ministero dell'Economia affida a Sisal la concessione per la gestione dell'Enalotto



Con gli anni Novanta, Sisal introduce una capillare rete di terminali che porta alla crescita esponenziale dei concorsi gestiti da Sisal e la sicurezza diviene assoluta. Si apre così l'era tecnologica di Sisal. La grande innovazione dell'Azienda porta con sé nuove possibilità: la prima in ordine temporale è stata la scommessa Tris che, dal 1991, è entrata nel mondo delle Ricevitorie su proposta di Sisal, ampliando così il numero dei giocatori e coinvolgendo anche i giovani e le donne. La novità è rappresentata dal fatto che la Tris viene venduta in punti vendita diffusi sul territorio, e non più solamente nelle agenzie di scommesse e negli ippodromi; questa scelta permette di aumentare il numero di giocatori e rilanciare l'immagine e la popolarità dell'ippica presso il grande pubblico.

Nel 1995 Sisal partecipa alla gara per la gestione dell'Enalotto avendo in mente un preciso piano di rilancio che si qualifica principalmente per:

- l'immediata automazione del gioco
- l'estensione della Rete di punti vendita
- una formula di gioco innovativa
- un importante piano pubblicitario e di marketing a sostegno della nuova formula di gioco

Su queste basi Sisal si aggiudica la gara impegnandosi a gestire il prodotto, con i relativi piani di sviluppo e di investimento, a fronte di un aggio pari a meno di un quarto di quello della precedente gestione (dal 18% al 4%).

Ottenuto l'assenso del Ministero delle Finanze, Sisal lancia il 3 dicembre 1997 l'innovativa formula di gioco commercializzata con il nuovo brand SuperEnalotto, trasformando la tradizionale formula Enalotto del 1957 in un prodotto che ha battuto tutti i record di popolarità tra i giochi. Enalotto,



nato a sostegno di Enal (Ente Nazionale Assistenza Lavoratori) e affidato in gestione al Servizio autonomo gestione concorsi pronostici del CONI, era ormai in fase di contrazione della raccolta, penalizzato da una formula di gioco obsoleta e dall'assenza di adeguate tecnologie di supporto. Il prodotto utilizzava una vecchia formula, mai rinnovata, basata sullo schema "1X2", una gestione totalmente manuale, che impiegava ancora il vecchio sistema dei "bollini" e una Rete di punti vendita poco capillare e mal distribuita. Enalotto, prima dell'aggiudicazione della gara da parte di Sisal, nell'ultimo anno di gestione sviluppava una raccolta pari a circa 80 milioni di euro.

Il lancio di SuperEnalotto è supportato da una Rete distributiva estesa e da numerose iniziative di marketing sul punto vendita. Il successo è immediato e il concorso passa in un solo anno da 1,5 a 41 milioni di combinazioni di gioco settimanali, con un incremento pari al 2.633%.

Per realizzare questo rapido e importante sviluppo, Sisal rinnova se stessa e il proprio modo di lavorare. In quegli anni, infatti, l'Azienda si trasforma profondamente: introducendo nuove qualificate risorse, ampliando e professionalizzando la propria struttura Sistemi Informativi, costruendo una logistica ancora più capillare e affidabile, ampliando la struttura commerciale, creando un Contact Center per i punti vendita e per il pubblico, perfezionando ulteriormente il sistema di pagamento delle vincite, strutturando una rete di assistenza tecnica sul territorio per i terminali di gioco e, infine, introducendo i processi di qualità che hanno portato Sisal, prima tra tutti gli operatori di gioco italiani, alla certificazione ISO 9001:2000.

L'investimento certamente più rilevante di quel periodo è lo sviluppo e la realizzazione, in collaborazione con la Società specializzata americana "Autotote" (oggi "Scientific Games International"), del nuovo terminale di gioco Sisal-Extrema, da subito considerato dai punti vendita e dagli addetti ai lavori il migliore sul mercato.

Tutto questo lavoro si è tradotto nel travolgente successo di SuperEnalotto, presto diventato il gioco più conosciuto e richiesto con cui milioni di italiani ogni settimana sognano e si divertono in piena sicurezza e con una minima spesa pro capite. Sisal ha inventato un gioco che incontra i gusti del pubblico perché accende speranze e allo stesso tempo non presenta caratteristiche di compulsività.

Grazie alla capillarità della propria Rete e alla popolarità del SuperEnalotto, Sisal ha sempre implementato nel corso della sua storia le attività di Responsabilità Sociale, partecipando, tramite la propria Rete di punti vendita, a numerose campagne di raccolta fondi in favore di Associazioni benefiche quali: Telethon, Airc, Airc, Lega Italiana per la lotta ai Tumori, Trenta Ore per la Vita, Progetto Angola, Croce Rossa Italiana, Aism, Fao, Banco Alimentare.



Nel 1997, lo stesso anno in cui viene lanciato SuperEnalotto, nasce Sisal TV, unico esempio di canale satellitare dedicato al gioco e rivolto in esclusiva ai punti vendita della Rete distributiva.

Dall'inizio degli anni Duemila, Sisal ha esteso la propria presenza nel mondo dei giochi, prima attraverso l'ingresso nel settore delle scommesse e concorsi a pronostico sportivi, oggi gestite dalla controllata Sisal Match Point S.p.A. e, successivamente, costituendo Sisal Slot S.p.A., oggi uno dei principali operatori del segmento apparecchi di intrattenimento (Adi).

Dal 2005 Sisal è entrata anche nel mondo del gioco online commercializzando sia prodotti già disponibili attraverso la Rete fissa, sia, a partire da quest'anno, appositi prodotti come il Poker online e gli Skill Games. Inoltre, attraverso Internet, si possono ottenere informazioni su qualsiasi gioco, verificare i numeri estratti e i risultati delle partite, aprire e gestire un conto di gioco, iscriversi alla newsletter e contattare direttamente Sisal per qualsiasi informazione.

La capacità creativa di Sisal si conferma nel 2006 con l'introduzione del numero SuperStar abbinato alla giocata del SuperEnalotto. Si tratta di una felice innovazione che riscuote da subito grande successo e che dimostra, ancora una volta, l'attenzione di Sisal nel cogliere e interpretare i gusti degli italiani. Con il numero SuperStar si ha la possibilità di moltiplicare la vincita al SuperEnalotto, ma anche di accedere a vincite istantanee più frequenti, come indica il claim "*Centra SuperStar e vinci sempre!*". A partire dal concorso n. 79 del 2 luglio 2009, che segna l'avvio della nuova concessione SuperEnalotto, si può decidere di giocare SuperStar scegliendo il proprio numero fortunato, fra 1 e 90, oppure affidandosi al caso e lasciando che il numero venga assegnato automaticamente al momento della convalida, come è sempre stato dall'introduzione di questa variante del gioco; la totale casualità dell'assegnazione del numero da parte del sistema informatico di Sisal è assicurata dagli esperti della facoltà di Matematica dell'Università degli Studi di Milano che hanno certificato l'algoritmo SuperStar. Il gradimento di questo gioco è confermato dallo straordinario successo ottenuto da SuperStar in un periodo in cui altri nuovi prodotti lanciati sul mercato italiano non riescono a ottenere analoghi risultati.

In occasione dell'avvio della nuova concessione, la sestina vincente di SuperEnalotto, il numero Jolly e il numero SuperStar non sono più identificati con i primi estratti delle ruote del Lotto, ma sono determinati attraverso un'estrazione autonoma, gestita da AAMS e Sisal, realizzata con l'ausilio di modernissime macchine estrattrici che garantiscono la massima sicurezza e trasparenza delle operazioni. Un'altra innovazione introdotta dal luglio 2009 è la possibilità di giocare al SuperEnalotto anche online sul sito dedicato www.superenalotto.it e sui siti di altri operatori autorizzati.



Infine, per completare la propria presenza in tutti i segmenti del mercato dei giochi, nel 2007 Sisal è entrata nel settore del bingo attraverso la costituzione di Sisal Bingo S.p.A., qualificandosi in tal modo come il partner dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) più consolidato in termini di conoscenza del mercato e completezza del portafoglio prodotti. Grazie ad accordi con imprese e amministrazioni locali, Sisal si propone attualmente anche come fornitore di Servizi come, ad esempio, ricariche cellulari, carte telefoniche, TV digitale, pagamenti, distribuzione fisica, servizi finanziari e prodotti.

Gli investimenti realizzati nel tempo consentono oggi a Sisal di disporre di strutture moderne e tecnologicamente avanzate, con una Rete di 33.000 punti capillarmente distribuiti sul territorio e collegati online in tempo reale. Ai terminali Sisal-Extrema si sono affiancati dal 2008 i terminali XPos e i terminali Leonardo di ultima generazione che rendono ancora più veloci le operazioni di raccolta.

★ 1.3 Valori e mission

Sisal fonda la propria identità su alcuni valori chiave che ne riassumono e sintetizzano la cultura aziendale. La profonda consapevolezza dello “spirito delle origini” – il dna che garantisce i valori di base dell'Azienda e ne connota l'identità – è da sempre legata alla capacità di innovare e rispondere al cambiamento in tempi rapidi, che ha permesso a Sisal di vincere le sfide della crescita senza perdere i propri valori fondanti. Questi valori le hanno consentito di percorrere ben oltre 60 anni di vita accompagnando l'evoluzione del costume nel nostro Paese dal secondo dopoguerra; un arco di tempo molto lungo per un'azienda italiana che ha saputo rimanere fedele a quello spirito sociale che anima il suo continuo sviluppo.

L'eredità che rende solide le basi su cui Sisal si fonda è un forte senso di orgoglio, di appartenenza e quindi di fedeltà e continuità del rapporto di fiducia tra Dipendenti e Azienda. Questa caratteristica affonda le sue radici in una storia fatta, ai suoi esordi nel dopoguerra, di grandi difficoltà per sopravvivere e svilupparsi in un mercato molto statico e nel quale Sisal operava come unica società privata lanciando prima la schedina sul calcio e in seguito un gioco, Totip, dalla storia gloriosa ma indiscutibilmente difficile da proporre al grande pubblico.

La profonda coesione e lo spirito di corpo, che tuttora permeano la cultura aziendale e ne rappresentano un importante punto di forza, sono stati plasmati da queste difficili condizioni iniziali e sono rimaste nelle persone che nel tempo si sono succedute in Azienda. Proprio questo senso di appartenenza e il legame autentico nei confronti della Società danno luogo a una serie di competenze distintive che rendono particolarmente forte l'asset delle risorse umane o, come pare più giusto dire, delle “persone di

Sisal”: flessibilità, passione, impegno, correttezza, affidabilità, dedizione. Tra le competenze tradizionali di Sisal merita di essere sottolineata anche la competenza tecnica e in particolare quella legata ai prodotti: Sisal è l’Azienda che ha inventato e continua a inventare i prodotti e le modalità di gioco che fanno sognare e divertire gli italiani in sicurezza. Tutta la sua storia è costellata di giochi di successo e, anche a livello internazionale, Sisal è riconosciuta come una Società di riferimento per le proprie competenze nel settore.

Questa capacità di evolversi ha consentito a Sisal di affrontare numerose e complesse fasi di cambiamento, mettendola in grado di essere in sintonia con i gusti del pubblico e anticipandone le evoluzioni. Oggi Sisal sta integrando nella propria cultura nuovi valori, nuove competenze e nuove risorse a tutti i livelli professionali che stanno portando nel Gruppo Sisal metodologie di lavoro e di approccio al mercato più in linea con l’evoluzione del settore dei Giochi ormai diventato, a tutti gli effetti, un mercato caratterizzato dalle regole e dalle problematiche del largo consumo.

In sintesi, la piccola Società monoprodotto degli inizi ha saputo trasformarsi nell’attuale realtà di un Gruppo composto da diverse Società operanti su diverse linee di prodotto, ad alta tecnologia, pronto a raccogliere e vincere le sfide di un mercato sempre più competitivo e internazionale.

Oggi Sisal si riconosce quindi in alcuni valori chiave che riassumono e sintetizzano queste diverse fasi della sua storia e del consolidarsi della sua cultura aziendale:

- affidabilità
- competenza
- esperienza
- innovazione
- responsabilità

La mission di Sisal

La mission dell’Azienda è sempre stata in linea con i valori etici fondanti le regole del settore dei giochi: gestire per conto dello Stato e quindi offrire ai cittadini giochi divertenti, leciti, affidabili, non compulsivi, garantendo sicurezza, efficienza e affidabilità.

Nel 2008 Sisal si è data una mission più in sintonia col presente, senza per questo dimenticare i valori ai quali si è sempre ispirato il proprio approccio al mercato e al business: “Essere il leader nella gestione del Gioco Responsabile, intrattenendo i consumatori, ovunque essi si trovino, con giochi innovativi e sicuri che contribuiscano a realizzare i loro sogni e le loro speranze.”



Il Mercato dei giochi
e il Gruppo Sisal oggi

II





II. Il Mercato dei giochi e il Gruppo Sisal oggi

★ 2.1 Il Mercato dei giochi

Sisal, in qualità di concessionario dello Stato, rappresenta uno dei più importanti operatori nel mercato italiano dei giochi grazie a un portafoglio completo e diversificato sia in termini di prodotti su segmenti di mercato coperti (giochi tradizionali, scommesse, apparecchi di intrattenimento, bingo) sia in termini di canali distributivi (fisico e telematico). Sisal, inoltre, in campo internazionale è membro della European Lotteries Association (EL) e della World Lottery Association (WLA) e a livello di gestione della raccolta giochi risulta tra i primi 10 operatori di lotterie nel mondo.

Il settore industriale del sistema-gioco nel 2008 ha fatturato 47,5 miliardi di euro. La filiera industriale e di servizi di questo comparto si è sviluppata negli ultimi anni con ritmi eccezionali grazie anche all'introduzione di tecnologie innovative. Le previsioni indicano in +15% il trend dei prossimi due anni, evoluzione che nei primi mesi del 2009 trova già conferma nella forte accelerazione dovuta all'introduzione del Poker online.

Una ricerca del Censis condotta nel 2009 su questo tema³ ha evidenziato in modo particolare l'impatto economico del settore sui bilanci delle famiglie: il 68% degli importi giocati viene distribuito tra gli stessi giocatori e il saldo netto per il sistema economico è stato nel 2008 di circa 14,8 miliardi di euro.

Per quanto riguarda l'occupazione, si stima che il settore dei giochi impieghi 10-15 mila addetti, mentre nel segmento della distribuzione al dettaglio (bar, rivendite tabacchi, edicole, ristoranti, ecc.) si può stimare la presenza di 70 mila unità di lavoro. Questi dati dimostrano che il gioco è diventato un rilevante comparto dell'economia italiana, una filiera industriale e di servizi con benefici in termini di reddito e di occupazione che incidono in particolar modo su migliaia di piccoli operatori commerciali.

Per quanto riguarda il piano di sviluppo tecnologico, l'analisi del Censis fornisce alcuni indicatori significativi: il valore aggiunto aggregato è di 2,5 miliardi di euro e gli investimenti immateriali (sostenuti nel triennio) sono pari a 5,4 miliardi nel 2009, con una percentuale di investimento in ricerca e sviluppo pari allo 0,6% del fatturato contro una media dello 0,3% degli altri settori. La rappresentazione data dal Censis dell'evoluzione dell'intero settore dei giochi pone in evidenza la sua rilevanza economico-sociale e il suo ruolo di motore di crescita per il nostro Paese.

³ Censis: "10 anni di crescita e innovazione nel settore dei Giochi", ricerca condotta nel 2009 su richiesta dell'Associazione "Gioco Ergo Sum", di cui Sisal è Società promotrice, realizzata con il contributo di Confindustria Servizi Innovativi attraverso un sondaggio condotto presso 15 concessionari AAMS.

Inoltre, sul piano della trasparenza e del contrasto all'illegalità, la crescita esponenziale dal 2004 al 2008 del giocato sulle scommesse sportive (+300%) e sugli apparecchi di intrattenimento (+580%) testimonia l'emergere di volumi di gioco in passato appannaggio del gioco illegale. Queste considerazioni portano alla conclusione che il gioco è una forma di intrattenimento che necessita di regolamentazione e legalizzazione proprio per evitarne gli abusi e assicurarne la trasparenza. La regolamentazione e la

liberalizzazione avvenuta a opera di AAMS negli ultimi anni, unitamente alla riduzione delle aliquote sul gioco, si sono dimostrate un efficace strumento per combattere le forme di gioco illegale gestite dalla criminalità e hanno contribuito a creare un maggior gettito fiscale.

Nel corso del primo semestre del 2009 la raccolta cresce di quasi 10 punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2008, superando i 26 miliardi di euro.

Gli apparecchi di intrattenimento (Adi) continuano a ottenere il consenso maggiore, raccogliendo quasi 12 miliardi di euro, pari al 45,7% della raccolta complessiva.

| Mercato dei giochi (milioni di euro) | Mercato YTD | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------------|--------------------|
| | Giugno 2008 | Giugno 2009 | Variazione % | Peso % Giu 2008 | Peso % Giu 2009 |
| Lotto | 2.999 | 2.853 | (4,8)% | 12,6% | 10,9% |
| Lotterie istantanee e tradizionali | 4.873 | 4.965 | 1,9% | 20,5% | 19,0% |
| SuperEnalotto | 908 | 1.264 | 39,2% | 3,8% | 4,8% |
| Lotterie | 8.780 | 9.083 | 3,5% | 36,9% | 34,8% |
| Scommesse sportive | 1.969 | 2.128 | 8,1% | 8,3% | 8,2% |
| Giochi a pronostico sportivi | 99 | 84 | (15,0)% | 0,4% | 0,3% |
| Scommesse ippiche | 1.015 | 747 | (26,4)% | 4,3% | 2,9% |
| Tris & Assimilate | 303 | 343 | 13,1% | 1,3% | 1,3% |
| Scommesse e Concorsi a pronostico | 3.386 | 3.302 | (2,5)% | 14,2% | 12,7% |
| Adi (Apparecchi di intrattenimento) | 10.816 | 11.929 | 10,3% | 45,4% | 45,7% |
| Bingo | 825 | 723 | (12,3)% | 3,5% | 2,8% |
| Skill Games & Card Games | 0 | 1.044 | n.d. | 0,0% | 4,0% |
| Totale Mercato | 23.806 | 26.081 | 9,6% | 100% | 100% |

Fonte: AAMS, Agicos, Agipro

Nel comparto lotterie notiamo la crescita del 39% del SuperEnalotto, un lieve incremento delle lotterie istantanee e un calo di quasi 5 punti percentuali del Lotto.

Nelle Scommesse e Concorsi a Pronostico si evidenzia l'andamento opposto del segmento dello sport rispetto all'ippica. Infatti, mentre nel comparto sportivo assistiamo a una crescita delle scommesse di oltre 8 punti percentuali, il comparto ippico, al contrario, registra una decisa contrazione delle scommesse (-26,4%), pur a fronte di una crescita della scommessa Tris di oltre il 13%.

Altro elemento di spicco dei primi sei mesi del 2009 sono gli Skill & Card Games che, superando il miliardo di euro di raccolta, rappresentano il 59% della raccolta complessiva del gioco a distanza. Nel suo complesso il gioco online raccoglie 1,8 miliardi di euro e presenta una crescita, rispetto allo stesso periodo del 2008, del 187%. A ulteriore conferma dell'importanza e dell'affermazione del gioco a distanza, va ricordato che l'incidenza delle scommesse sportive online sul totale del comparto è del 30%.

★ 2.2 L'Organizzazione e i centri di eccellenza

Il Gruppo Sisal offre oggi una gamma molto differenziata di prodotti di gioco ma anche di cosiddetti Servizi (ricariche cellulari, carte telefoniche, bollettazione, esazione, distribuzione fisica e altro); per far fronte a questa nuova realtà, Sisal si è data una struttura imperniata su cinque Business Unit di prodotto focalizzate sulla gestione del proprio business: ▶ Lottery ▶ Scommesse, Bingo e Concorsi a pronostico ▶ Slot ▶ e-gaming ▶ Servizi. Alle Business Unit si aggiunge una Direzione Commerciale e alcune funzioni centrali di staff che erogano servizi condivisi: Marketing e Comunicazione, Relazioni Istituzionali, Sistemi Informativi, Legale, Risorse Umane, Strategy e Business Development, Internal Audit, Finanza, Amministrazione e Controllo.

Questa struttura punta a valorizzare al meglio le competenze aziendali creando dei centri di eccellenza in grado di fornire il migliore servizio interno e nei confronti del mercato. In questo modo, i valori distintivi di Sisal si innestano, attraverso le strutture organizzative e i processi operativi, sulle competenze tecniche e professionali al fine di ottenere la migliore efficienza, motivazione e qualità del lavoro.

Le **Business Unit** presidiano le diverse aree di business e si caratterizzano in particolare per la loro competenza nel ricercare, sviluppare e lanciare nuovi prodotti; nel settore dei giochi continua e viene ulteriormente sviluppata la tradizione Sisal di inventare e portare al successo nuovi giochi e modalità di gioco; in Sisal sono state inventate la schedina sul calcio (oggi Totocalcio), il Totip, il SuperEnalotto con le sue evoluzioni SuperStar e Gioca Facile. Tutto questo grazie a un processo che, partendo dall'analisi del mercato e dei trend emergenti, identifica nuove formule di gioco, ne fa oggetto di test, lavorando a stretto contatto con i migliori statistici e matematici del Paese e ne valuta il gradimento coinvolgendo i punti vendita e i giocatori. Anche nel settore dei Servizi, Sisal ha saputo portare nella Rete con grande successo un larghissimo portafoglio di prodotti avvicinandoli al consumatore finale e facilitando molte operazioni amministrative.

I “centri di eccellenza” di Sisal sono così articolati:

La struttura di Marketing e Comunicazione che ha ideato e lanciato con successo numerose iniziative e promozioni alla continua ricerca della soddisfazione delle esigenze e dei gusti dei consumatori, con soluzioni di gioco diversificate per ciascun target, anche grazie a una costante interazione con i gestori dei punti vendita, attenendosi a regole di autodisciplina pubblicitaria in tema di Gioco Responsabile. La Comunicazione utilizza i diversi media per far conoscere e apprezzare i giochi e, unica nel panorama delle Società di gioco in Italia, gestisce una propria TV dedicata al mondo dei giochi presente in migliaia di punti vendita: Sisal TV.

La struttura Sistemi Informativi e Nuove Tecnologie, certificata UNI EN ISO 9001:2000, che garantisce elevati livelli di affidabilità e sicurezza delle proprie infrastrutture e che ha sviluppato in questi anni tecnologie di supporto ai giochi che hanno contribuito al loro successo per la facilità, la trasparenza, il monitoraggio e l'assoluta sicurezza. In particolare negli ultimi 10 anni sono state introdotte e affinate tecnologie informatiche e telematiche sempre più moderne, che per il SuperEnalotto hanno consentito di gestire in totale sicurezza circa 50 miliardi di combinazioni dal 1997 a oggi, con jackpot arrivati a cifre superiori ai 140 milioni di euro; un grande patrimonio di conoscenze dei giochi, grazie al quale sono state introdotte nel tempo le diverse tecnologie e progettate soluzioni innovative per i prossimi anni.

La funzione di Vendite e Trade Marketing che, in questi anni, ha costruito e gestisce una capillare Rete distributiva di oltre 33.000 punti vendita, selezionati per affidabilità e competenza tra i gestori che costituiscono un patrimonio costruito in anni di esperienza e formazione. La relazione con i punti vendita, con i Ricevitori, è uno dei valori fondanti della Società che in questi ultimi mesi è stata fortemente rivitalizzata con un grande potenziamento delle strutture e con il lancio di importanti iniziative commerciali e formative.

La struttura di Customer Relationship Management che, utilizzando i più innovativi sistemi di contatto con il Cliente, garantisce servizi riconosciuti di alto livello dagli stessi punti vendita (Contact Center, Logistica, Servizi Internet, ecc.). Il Customer Relationship Management dà voce tutti i giorni ai punti vendita anche attraverso il Forum "Zona Sisal": un costante confronto tra Sisal e i suoi Ricevitori.

Il servizio di Customer Service dedicato ai giocatori per assisterli, informarli e tutelarli; questo servizio garantisce, oltre alle attività di assistenza ai consumatori, tutte le azioni volte a promuovere il Gioco Responsabile e a prevenire e combattere il gioco illegale.

La struttura Finanziaria e Amministrativa che gestisce efficacemente flussi economici per oltre 6,5 miliardi di euro all'anno grazie a un'organizzazione consolidata e a un'integrazione tra i propri sistemi informatici e i circuiti bancari. Tutto questo consente di garantire all'Erario consistenti flussi finanziari continui, puntuali e rapidi. A ciò si aggiunge una struttura per i pagamenti delle vincite affidabile che assicura la riservatezza e la sicurezza di vincite di elevato valore e, più in generale, la massima tutela della fiducia del pubblico.

Sisal opera in un settore molto delicato e regolato quale è quello del gioco; da sempre quindi ha dedicato grande attenzione alle

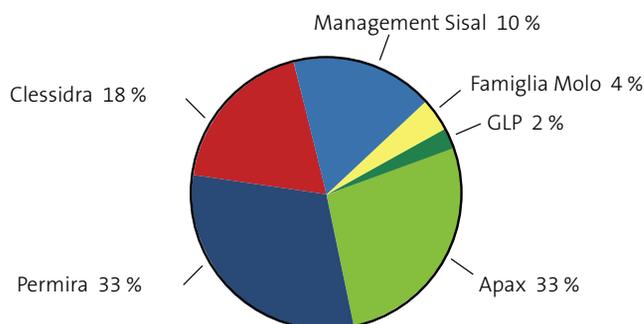
Relazioni Istituzionali sviluppando intense e collaborative relazioni con i diversi soggetti pubblici concedenti e con tutte le istituzioni governative e parlamentari. Queste attività sono volte a tutelare gli interessi aziendali e a promuovere il Gioco Responsabile e il contrasto al gioco illegale e vengono svolte in stretta collaborazione con la funzione **Legale** che contribuisce inoltre in modo determinante a preservare e mantenere le basi giuridiche di liceità e affidabilità di tutti i prodotti Sisal e di tutte le attività del Gruppo.

Internet, infine, che in questi anni è diventato anche per Sisal uno strumento di business grazie ai siti di gioco (www.match-point.it; www.superenalotto.it), oltre che un formidabile sistema di relazione e di servizio con il pubblico, con i consumatori, con la Rete dei punti vendita, con i Fornitori e con gli stessi Dipendenti. Il sito Sisal (www.sisal.it) è uno dei primi siti italiani per traffico, con oltre 19 milioni di pagine visitate ogni mese e consente di accedere con facilità a tutte le informazioni sui giochi e sui prodotti Sisal e di usufruire di molti servizi aggiuntivi.

★ 2.3 Gli Azionisti e la struttura societaria di Sisal

■ Gli Azionisti e i Soci diretti e indiretti

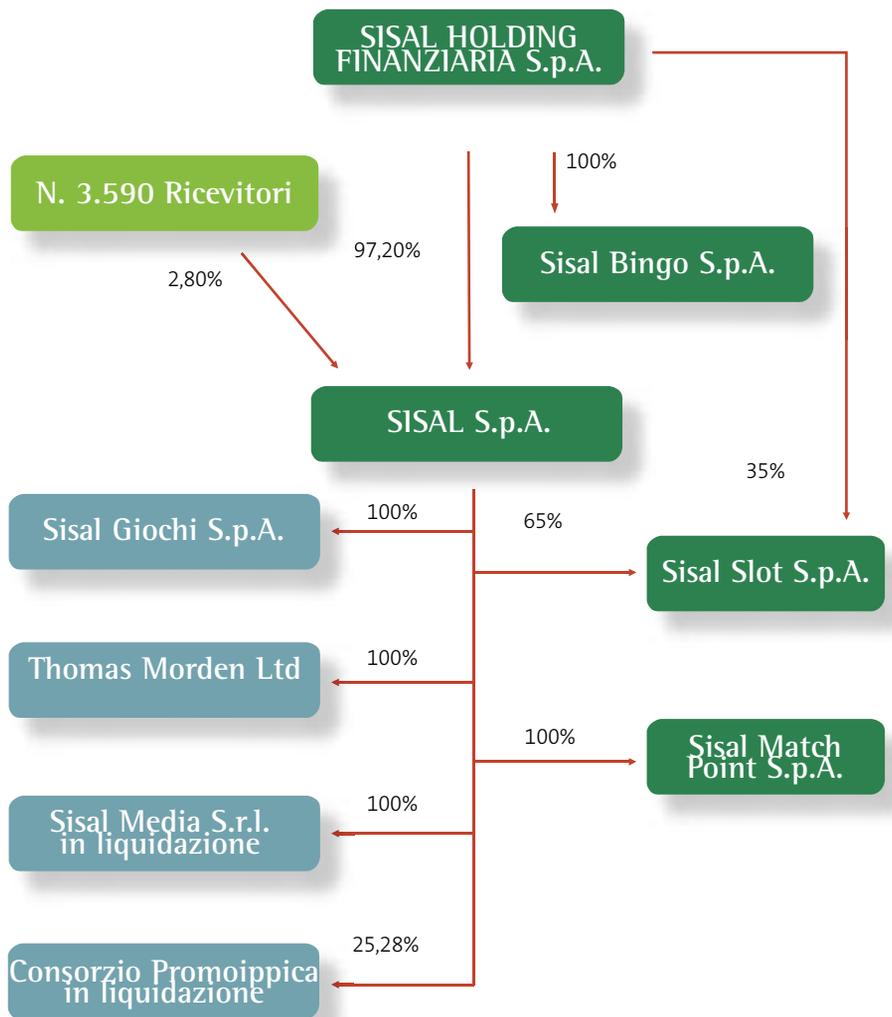
In Sisal credono investitori grandi e piccoli. La struttura societaria è articolata in modo da garantire, a ogni livello della catena di controllo, trasparenza, compartecipazione e solidità. Il capitale della Società operativa Sisal S.p.A. è detenuto da Sisal Holding finanziaria S.p.A. per il 97,20% e da 3.590 Ricevitori Sisal per il 2,80%.



I soggetti che hanno investito in Sisal Holding Finanziaria S.p.A. sono:

- › Apax e Permira, fondi di private equity internazionali
- › Clessidra, fondo di private equity italiano
- › La famiglia del Socio fondatore Molo
- › L'Amministratore delegato e i Dirigenti della Società
- › Global Leisure Partners LLP (GLP) società di consulenza finanziaria

Gruppo Sisal Holding Finanziaria S.p.A. - Società operative



Legenda

- società attive
- società inattive o in liquidazione
- soci

In occasione dell'ingresso, nell'autunno del 2006, dei fondi Apax e Permira nella platea azionaria, la comunicazione trasmessa alla Direzione Generale della Concorrenza della Commissione Europea ha evidenziato la sussistenza di un controllo sostanziale congiunto su Sisal S.p.A., per il tramite di Sisal Holding Finanziaria S.p.A., da parte dei fondi Apax, Permira e Clesidra, in funzione delle previsioni statutarie relative al funzionamento del Consiglio di Amministrazione.

■ Le Società

Sisal Holding Finanziaria S.p.A.

Oltre a essere la holding del Gruppo Sisal con funzioni di direzione e coordinamento delle Società che ne fanno parte, svolge l'attività di prestazione di servizi di incasso e pagamento nei confronti del pubblico, essendo iscritta nell'Elenco generale degli intermediari finanziari di cui all'art. 106 del D. Lgs. 385/93 (T.U.B). Sisal Holding Finanziaria S.p.A. ha sede legale a Milano, in via de Tocqueville 13. È controllata al 100% da Gaming Invest Sàrl e ha chiuso il 2008 con un utile di 94.536.672 euro.

Sisal S.p.A.

Sisal è una Società per Azioni di diritto italiano la cui attività prevalente è la gestione e lo sviluppo di giochi numerici a totalizzatore nazionale (gntn); offre inoltre Servizi al consumatore rappresentati da prodotti di terzi (ricariche cellulari, carte telefoniche, bollettazione, esazione, distribuzione fisica e altro) per i quali Sisal gestisce l'attività di commercializzazione.

Le attività di Sisal S.p.A. consistono in:

- Gestione e sviluppo dei giochi numerici a totalizzatore nazionale
- Gestione di giochi in concessione
- Servizi in rete al consumatore

Nel giugno 2009 è stata firmata la nuova convenzione tra l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) e Sisal, che ha vinto una gara internazionale a cui hanno partecipato le più importanti Aziende del settore. A Sisal è stata affidata la concessione per la gestione e lo sviluppo dei giochi numerici a totalizzatore nazionale, fra i quali rientra SuperEnalotto, in esclusiva per 9 anni. Il fatturato 2008 è di euro 203.106.513.

Sisal Match Point S.p.A.

Sisal Match Point S.p.A. è la Società attiva nel settore delle scommesse basate sullo sport, sull'ippica e su numerosi eventi. Opera attraverso 4.000 punti vendita di cui 160 tra agenzie e negozi, nonché attraverso i canali Internet, telefono mobile e televisione digitale terrestre. Sisal Match Point S.p.A. distribuisce i giochi Tris, Totocalcio, Totogol, Big Match e BigRace. Svolge inoltre attività di service providing a favore di altri concessionari

di agenzie di scommesse ippiche e sportive. Oltre a ciò, Sisal Match Point S.p.A. è titolare delle convenzioni di concessione per l'esercizio dei giochi pubblici. Sulla base di tali convenzioni, la Società raccoglie, presso la propria Rete di punti vendita, le scommesse ippiche e sportive a quota fissa e a totalizzatore, quelle per l'ippica nazionale e i concorsi a pronostico sportivo.

Sisal Match Point S.p.A. è autorizzata alla raccolta a distanza (raccolta telematica) dei giochi di cui è concessionaria e per i quali, a oggi, è possibile effettuare tale particolare tipologia di raccolta (scommesse sportive e ippiche). Sempre con riferimento alla raccolta a distanza, la Società è autorizzata all'esercizio delle attività di raccolta delle lotterie telematiche (Gratta e Vinci online) e dei giochi di abilità (Skill Games), completando la sua offerta nel mondo dell'e-gaming anche attraverso il Poker online.

Al 31 dicembre 2008 la Società è titolare di 892 concessioni per la raccolta di scommesse sportive e 3.241 concessioni per la raccolta di scommesse ippiche e di una concessione sport gioco a distanza, sulla base delle quali viene effettuata la raccolta di queste scommesse.

Il fatturato 2008 è di euro 113.853.667.

Sisal Slot S.p.A.

Opera, in regime di concessione, quale affidataria per conto di AAMS dell'attivazione e della conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito mediante apparecchi di divertimento e intrattenimento, nonché delle attività e delle funzioni connesse. Sisal Slot S.p.A. offre ai propri Clienti una gamma integrata di NewSlot. L'esperienza maturata da Sisal nel corso di oltre sessant'anni consente a Sisal Slot di offrire a circa 400 gestori, distribuiti sul territorio nazionale, alta professionalità nel servizio di interconnessione e noleggio degli apparecchi di intrattenimento (Adi). Al 30 giugno 2009 gestisce oltre 25.000 apparecchi collegati, dei quali 9.000 di proprietà.

Il fatturato 2008 ammonta a euro 224.630.863.

Sisal Bingo S.p.A.

La Società è titolare di una concessione per la raccolta del gioco del Bingo dalla seconda metà del 2007 e gestisce una sala a Napoli.

Il fatturato 2008 è di euro 4.181.000.

★ 2.4 I Marchi del Gruppo



Sport Italia, logo del 1947

Sisal ha sempre investito, fin dalla sua fondazione, ingenti risorse nella registrazione e protezione di titoli di proprietà intellettuale e nel corso degli anni ha ottenuto la registrazione di numerosi marchi, modelli ornamentali, modelli di utilità oltre che brevetti.

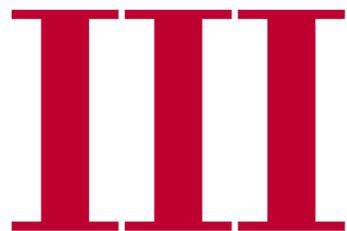
L'11 gennaio 1947 Sisal (allora "Sport Italia Società a Responsabilità Limitata") procedeva al deposito del suo primo marchio all'Ufficio Marchi e Brevetti. Il logo originale era caratterizzato da una grande calamita a forma di ferro di cavallo su cui spiccava il nome "Sport Italia" in lettere maiuscole di colore bianco e nero. All'interno della calamita compariva una rete con un pallone da calcio e nella parte sottostante tre quadrati con i tre simboli 1 X 2 e la parola SISAL.

Negli anni, Sisal ha ampliato il proprio portafoglio con marchi dotati di grande popolarità. Nel marzo 2008 l'Azienda ha presentato la nuova corporate image e il nuovo logo, e nel 2009 l'headline "Sisal, il segno sul sogno degli italiani". La nuova immagine è in grado di capitalizzare la storia unica di Sisal e rappresentare l'immagine calda, affettuosa e affidabile che le è associata.





La Corporate Governance e il Modello Organizzativo di Sisal





III. La Corporate Governance e il Modello Organizzativo di Sisal

★ 3.1 Trasparenza della responsabilità

Per Sisal S.p.A., così come per le altre Società per Azioni del Gruppo, non sussistono obblighi normativi che impongano l'adozione di particolari regole di Corporate Governance, diverse da quelle stabilite dal Codice Civile per le Società per Azioni. Ciononostante, la Società ha sempre rivolto un'estrema attenzione a questo aspetto, in funzione della necessità di garantire, anche per la natura particolare dell'attività svolta, la massima affidabilità.

Il sistema di Corporate Governance sviluppato dalla Società, nonché dalle Società controllate, nel corso degli anni si è dimostrato coerente con la soddisfazione di tale esigenza, seguendone e anche anticipandone l'evoluzione.

★ 3.2 Amministrazione della Società

Per quanto riguarda l'attuale organizzazione dell'attività di amministrazione di Sisal S.p.A., si è avuta cura di contemperare le esigenze di elasticità e rapidità delle decisioni con quelle di controllo sulle stesse.

La Società è retta da un Consiglio di Amministrazione composto da quattordici membri, gli amministratori sono nominati con il coinvolgimento del "Comitato Nomine", quattro di essi – come enunciato in seguito – sono qualificati "indipendenti"; i componenti, oltre all'Amministratore delegato, sono indicati da investitori indirettamente detentori delle azioni ordinarie Sisal, rispettando le proporzioni di partecipazione indiretta degli stessi al capitale.

In base alla comunicazione effettuata alla Commissione Europea, Direzione Generale per la Concorrenza, Sisal è soggetta al controllo congiunto dei fondi Apax, Permira e Clessidra.

È stata attribuita un'ampia delega all'Amministratore delegato, che ha la responsabilità di definire le strategie aziendali e garantire il raggiungimento degli obiettivi economici, oltre alla piena rappresentanza presso le Istituzioni.

La struttura sopra delineata si è sino a ora dimostrata coerente con gli obiettivi aziendali e in linea con le esigenze di trasparenza e affidabilità dettate dalla peculiare natura delle attività svolte.

★ 3.3 Il Codice di Autodisciplina

Proseguendo nel processo volto a conformare l'attività e l'organizzazione della Società ai principi di efficienza più evoluti, Sisal S.p.A. ha deciso di attenersi alle regole contenute nel "Codice di Autodisciplina" elaborato dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana S.p.A., ritenendo che esso rappresenti uno strumento utile anche a Società che – come Sisal S.p.A. – non abbiano azioni quotate in mercati regolamentati, per rispondere nel modo più efficace all'esigenza di garantire il massimo livello di trasparenza che deriva dalla circostanza di avere un azionariato diffuso e, soprattutto, dal ruolo di concessionario di pubblici servizi che essa ricopre.

Il Consiglio di Amministrazione di Sisal S.p.A. ha deciso di recepire il Codice di Autodisciplina e ha quindi stabilito e attuato un Piano di Implementazione per uniformare l'organizzazione della Società a principi e criteri applicativi previsti dal Codice stesso attuando le seguenti disposizioni:

- Introduzione della figura del Lead Independent Director nel Consiglio di Amministrazione
- Costituzione di Comitati interni al Consiglio di Amministrazione per la nomina e la remunerazione degli amministratori e per il Controllo interno
- Nomina degli amministratori, coinvolgendo l'apposito comitato in osservanza delle procedure e dei criteri previsti dal Codice di Autodisciplina
- Costituzione di un Comitato di Controllo e individuazione di un funzionario con il compito di sovrintendere alla funzionalità del Sistema di Controllo
- Presentazione di una relazione annuale sulla Corporate Governance, discussa e approvata dal Consiglio di Amministrazione e resa pubblica
- Realizzazione di un Sistema di Controllo interno, basato sulle seguenti strutture: il Consiglio di Amministrazione; il Comitato per il Controllo interno; un Amministratore Esecutivo, incaricato di sovrintendere alla funzionalità del Sistema stesso; la Funzione di Internal Audit e Gestione Rischi, al cui interno è nominato un "Risk Officer" che si occupa di coordinare il processo di gestione dei rischi; istituzione del Comitato Rischi
- Attuazione delle relazioni tra le strutture del Sistema di Controllo interno

★ 3.4 Il Sistema di Controllo interno

Il Sistema di Controllo interno è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative che consentono, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati.

Sisal considera "rischio" un evento che può pregiudicare il raggiungimento di un obiettivo, sia esso un obiettivo strategico o un obiettivo operativo. Per mitigare l'eventualità che si verifichino eventi in qualche modo dannosi, quindi per minimizzare il rischio insito nell'attività della Società, Sisal S.p.A. ha predisposto un Sistema di Controllo interno. Il Sistema di Controllo è costituito da diverse Funzioni e Organismi, che devono identificare e analizzare i rischi connessi alle attività e agli obiettivi aziendali, predisporre procedure di controllo adeguate e monitorare ininterrottamente tutte le attività.

La responsabilità del Sistema di Controllo interno fa capo al Consiglio di Amministrazione, che ne determina le linee di indirizzo e ne verifica l'effettivo e corretto funzionamento.

Le relazioni tra gli attori del Sistema di Controllo interno sono conformi a quanto segue:

- Consiglio di Amministrazione: definisce le linee guida e nomina le diverse strutture
- Comitato per il Controllo interno: riferisce al Consiglio di Amministrazione sull'attività svolta e sull'adeguatezza del Sistema di Controllo interno
- Amministratore Esecutivo: riferisce al Consiglio di Amministrazione sull'attività svolta e quando ritenuto necessario in relazione a specifiche problematiche
- Internal Audit e Gestione Rischi: informa l'Amministratore Esecutivo di eventuali carenze del Sistema di Controllo interno emerse nel corso delle attività di auditing; riporta al Comitato di Controllo interno sull'attività svolta fornendo un giudizio tecnico sull'adeguatezza del Sistema di Controllo interno; coordina il processo di mappatura dei processi e dei controlli e supporta le singole funzioni aziendali fornendo metodologia e strumenti
- Comitato Rischi: esprime all'Amministratore Esecutivo un parere sull'adeguatezza dei rischi identificati

In merito al processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei rischi (*risk management*), Sisal ha provveduto a:

- > Definire il processo di *risk management*
- > Inserire i soggetti definiti dal Codice, con i loro ruoli e responsabilità, all'interno del processo di *risk management*
- > Valutare se altri ruoli e responsabilità o altri soggetti siano necessari per far sì che l'attività sia condotta in maniera "sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati"

Nel maggio 2009 Sisal ha emesso la Policy per il *risk management* che definisce le modalità di svolgimento della metodologia di gestione dei rischi *Enterprise Risk Management* (ERM) basata sul modello C.O.S.O. ERM Framework.

★ 3.5 Il Decreto Legislativo n. 231/2001 e il Modello Organizzativo di Sisal

Il Decreto Legislativo n. 231/2001 ha introdotto, per la prima volta nell'ordinamento italiano, la disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche e degli enti anche privi di personalità giuridica, derivante da reato.

Ai sensi di questa normativa, una Società può essere riconosciuta direttamente responsabile e condannata a una sanzione tra quelle previste dalla disciplina, se una persona collegata all'organizzazione, avendone la rappresentanza o la gestione, commette determinati reati nell'interesse o a vantaggio della Società stessa.

Perché sia riconosciuta la responsabilità della Società, il reato commesso deve essere tra quelli specificatamente indicati nel Decreto.

Il Decreto prevede anche le modalità di esonero dalla responsabilità, nel caso in cui l'Azienda abbia preventivamente adottato e attuato un Modello Organizzativo idoneo a prevenire i reati previsti e abbia istituito un organismo di vigilanza con poteri autonomi di controllo.

Il Modello adottato da Sisal, alla luce delle prescrizioni di legge e in considerazione della sua funzione, si compone dei seguenti elementi fondamentali e interdipendenti:

- Codice Etico
- Sistema di protocolli e procedure interne per la prevenzione del rischio di reato
- Organismo di Vigilanza interno con il compito di vigilare sull'osservanza e il funzionamento del Modello nel suo complesso e di curarne l'aggiornamento
- Mappa dei poteri conferiti
- Sistema sanzionatorio relativo all'inosservanza del Modello

Per garantire autonomia e indipendenza dell'Organismo di Vigilanza, indispensabili per il suo funzionamento, Sisal ha disposto che i membri siano scelti tra candidati di elevata professionalità e che l'Organismo debba riferire direttamente al Consiglio di Amministrazione, così da non essere subordinato ad alcuna funzione aziendale.

Sisal ha provveduto a informare tutti i destinatari del Modello della sua esistenza e del suo contenuto sia attraverso la sua pubblicazione sulla rete Intranet aziendale, sia attraverso un'attività formativa articolata in funzione della qualifica dei destinatari e del livello di rischio dell'area in cui operano. Tutti i Dipendenti e gli interessati sono tenuti a mantenere un comportamento improntato alla massima collaborazione nei confronti dell'Organismo di Vigilanza; ogni informazione o notizia in merito alla commissione di reati rilevanti ai fini del Decreto dovrà essere trasmessa senza indugio, ogni anomalia segnalata, ogni inefficacia del Modello opportunamente evidenziata.

Sisal ha adottato questo Modello Organizzativo in una prospettiva dinamica e di costante aggiornamento. La Società si impegna ad adeguare e modificare il Modello sia in funzione di eventuali cambiamenti nella normativa, sia in funzione dei cambiamenti che possono interessare la Società, sia a livello di business che organizzativo, nelle sue varie articolazioni.

Il Modello è stato infatti redatto in coerenza con i più recenti pronunciamenti giurisprudenziali, avvalendosi del supporto di uno studio legale esperto e indipendente che ha effettuato un'attenta verifica delle attività aziendali, individuando quelle cosiddette "sensibili".

L'osservanza del Modello viene imposta, con atti formali, ad Amministratori, Dirigenti, Dipendenti, Consulenti e Fornitori della Società. L'Organismo di Vigilanza monitora l'osservanza, il funzionamento e l'aggiornamento del Modello Organizzativo che continuerà a rappresentare, con gli opportuni aggiornamenti, uno strumento fondamentale per la governance di Sisal.

★ 3.6 Il Codice Etico e di Comportamento di Sisal

Sisal svolge la sua attività in un contesto istituzionale, economico, politico sociale e culturale in continua e rapida evoluzione. Per affrontare con successo la complessità delle situazioni in cui opera, è importante definire con chiarezza i valori ai quali la Società si ispira e che desidera vengano rispettati: la convinzione di agire a vantaggio della Società non può giustificare in nessun modo l'adozione di comportamenti in contrasto con questi principi.

Per queste ragioni è stato predisposto un Codice Etico e di Comportamento, parte integrante del Modello Organizzativo appena esposto, la cui osservanza da parte degli Amministratori, dei Sindaci, dei Dipendenti Sisal,

così come, per quanto applicabile, da parte dei soggetti terzi con cui Sisal intrattiene rapporti d'affari, riveste un'importanza fondamentale, sia per il buon funzionamento e l'affidabilità della Società, sia per la tutela del prestigio, dell'immagine e del *know how* della stessa, fattori che costituiscono un patrimonio decisivo per il successo di Sisal.

I destinatari del Codice, Collaboratori e Dipendenti di ogni livello e grado, oltre a rispettare i doveri generali di lealtà, correttezza, rispetto del contratto di lavoro, devono astenersi dallo svolgere attività in concorrenza con quelle della Società, rispettare le regole e le procedure aziendali e attenersi ai precetti del Codice.

Ciascun destinatario o terzo è tenuto a conoscere il Codice, a contribuire attivamente alla sua attuazione e a segnalarne eventuali carenze. La Società si impegna a promuovere la conoscenza del Codice tra tutti i destinatari e a favorire il loro contributo costruttivo sui suoi contenuti. Ogni comportamento contrario alla lettera e allo spirito del Codice potrà essere punito in conformità con quanto previsto sia dal Codice stesso, sia dalle disposizioni legislative e del Contratto Collettivo applicabili. Nessun Dipendente è escluso dall'applicazione delle norme del Codice. Anzi, i principi espressi dal Codice devono costituire una fonte di ispirazione per il Consiglio di Amministrazione che ha la responsabilità di definire gli obiettivi di impresa. Progetti, azioni, investimenti devono essere pensati e realizzati nella completa osservanza dei contenuti del Codice. Ciò significa che tutte le azioni, le operazioni, le negoziazioni e, più in generale, tutti i comportamenti dei destinatari del Codice devono essere ispirati alla massima correttezza e integrità dal punto di vista della gestione, della completezza e trasparenza delle informazioni, della legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale e della chiarezza e verità nei riscontri contabili secondo la normativa vigente e le procedure interne.

Compito della Società è diffondere in tutti i modi possibili il Codice tra i destinatari e i soggetti terzi, rendere chiare e comprensibili le norme, informare i Dipendenti in caso di modifiche e aggiornamenti e individuare un referente interno nel caso di richieste di chiarimenti o spiegazioni. Obbligo della Società è anche verificare che non ci siano violazioni dei precetti disposti dal Codice e che esistano adeguate misure sanzionatorie in caso di violazioni accertate.

Il Codice Etico e di Comportamento relativo alle Società di Sisal è pubblicato sul sito www.sisal.it.

Nel Codice sono affrontati i temi relativi alle relazioni con il personale, al comportamento durante lo svolgimento delle proprie attività professionali, alla trasparenza nella contabilità, alla salute, alla sicurezza e all'ambiente.

In particolare vengono sottolineati alcuni principi. Innanzitutto, il criterio del trattamento equo e senza discriminazioni per tutti i Dipendenti e la possibilità di crescita professionale basata su un sistema meritocratico. Le risorse umane sono un bene prezioso e indispensabile per un corretto e proficuo svolgimento delle attività dell'impresa e la dedizione e la professionalità dei Dipendenti sono valori determinanti per il conseguimento degli obiettivi della Società. È quindi un dovere per Sisal offrire ai Dipendenti un contesto sano e un ambiente di lavoro sicuro e stimolante. La Società si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza in chiave di prevenzione, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti. Infine, a tutti i Dipendenti e collaboratori di Sisal vengono assicurate un'informazione e una formazione adeguate a garanzia del pieno e puntuale rispetto delle norme e procedure interne.

Un luogo di lavoro sicuro non è però sufficiente. Sisal garantisce anche un ambiente di lavoro privo di qualsiasi forma di discriminazione fondata sulla razza, sul sesso, sulla religione, sull'appartenenza etnica, sindacale o politica. La Società esige che le relazioni di lavoro interne ed esterne siano improntate alla massima correttezza e che non si verifichi alcun tipo di molestia, ostilità o intimidazione verso il singolo o gruppi di Dipendenti e che ognuno sia libero di svolgere il proprio lavoro senza interferenze e ostacoli.

Nella gestione del business e dei rapporti di affari, Sisal si ispira a principi di legalità, lealtà, correttezza, trasparenza, efficienza e apertura al mercato. I Dipendenti, così come i collaboratori esterni il cui lavoro può essere ricondotto alla Società, sono tenuti a mantenere comportamenti corretti negli affari di interesse della stessa Società e nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, indipendentemente dai risvolti sul business e dall'importanza dell'affare in corso. Sono proibite pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni dirette o attraverso terzi di vantaggi personali o di carriera per sé o per altri. Sono proibiti anche l'utilizzo di beni e risorse economiche di proprietà della Società per fini estranei a quelli previsti e la pratica di attività illecite o comunque di dubbia trasparenza.

Sisal pretende correttezza dai propri Dipendenti, di qualsiasi grado e ruolo. Quindi, nonostante sia riconosciuto il diritto dei Dipendenti a intrattenere rapporti di affari privati al di fuori di quelli svolti nell'interesse della Società, è proibito esercitare questo diritto in concorrenza con la stessa, o in modalità che possano essere riconducibili ad attività illecite o che condizionino il regolare svolgimento del lavoro. In ogni caso è compito del Dipendente evitare che si verifichino situazioni riconducibili a un conflitto con gli interessi della Società o che possano interferire con la sua capacità di prendere decisioni imparziali e nel pieno interesse della Società stessa.

Nella stessa ottica di trasparenza e correttezza non è consentito ai Dipendenti corrispondere, offrire, direttamente o indirettamente, regali, benefici materiali, pagamenti o altre utilità di qualsiasi entità a terzi, pubblici ufficiali o privati. Semplici atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità sono ammissibili se di entità modesta o comunque tali da non compromettere l'immagine o la reputazione di una delle parti e da non poter essere interpretati come finalizzati ad acquisire vantaggi in modo improprio. Tali spese necessitano sempre l'autorizzazione del vertice aziendale.

Allo stesso modo, il Dipendente che riceva omaggi, trattamenti di favore o altre forme di liberalità non giustificabili come normali forme di cortesia, è tenuto a darne notizia al proprio superiore e al vertice aziendale.

Sisal, anche per via del particolare campo di attività che ne costituisce il business, si trova a intrattenere stretti rapporti di collaborazione con le Istituzioni Pubbliche, i loro funzionari e addetti e gli incaricati di pubblico servizio. In questi rapporti è fondamentale che i Dipendenti mantengano comportamenti improntati alla massima correttezza, trasparenza ed efficienza. Tutte le pratiche in contrasto con tali principi sono rigorosamente proibite.

★ 3.7 L'organizzazione della Qualità in Sisal

La Direzione Sistemi Informativi e Nuove Tecnologie di Sisal S.p.A., in conformità ai requisiti stabiliti per i sistemi di gestione della qualità UNI EN ISO 9001:2000, dal 15 ottobre 2002 è certificata per la raccolta telematica e la gestione operativa dei dati di giochi e servizi in rete e la relativa progettazione e sviluppo software.

Dal 4 novembre 2008 Sisal è certificata per la distribuzione di materiale e attrezzature ai punti vendita.

Dal 24 ottobre 2007 è certificata anche Sisal Slot S.p.A. relativamente all'attività di conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito (apparecchi di intrattenimento).

Obiettivo della "Politica per la Qualità" in Sisal è fornire servizi conformi alle esigenze del mercato, nei tempi programmati e ai massimi livelli del settore di riferimento, assicurando che i livelli di servizio per i Clienti (punti vendita, giocatori o committenti per i servizi) vengano definiti e soddisfatti, allo scopo di accrescere la soddisfazione degli stessi, in conformità a quanto stabilito dai criteri ISO.

La Direzione Sistemi Informativi e Nuove Tecnologie di Sisal, che ha in carico i processi produttivi della Società, è costantemente impegnata e attenta all'evoluzione del mercato, alle tecnologie emergenti e a studiare le soluzioni più innovative, al fine di sostenere e sviluppare il core business, rafforzare la posizione di mercato e difendere il vantaggio competitivo.

Per fare ciò:

- > Assicura la raccolta telematica dei prodotti gestiti dalla Società attraverso l'esecuzione impeccabile delle attività operative, sistemiche e di gestione della rete telematica
- > Garantisce la continua eccellenza delle soluzioni tecnologiche adottate e da implementare per supportare il business e assicurare il vantaggio competitivo nel tempo, in linea con i piani di sviluppo e i progetti approvati
- > Assicura la migliore economicità possibile delle soluzioni tecnologiche implementate nell'ottica del contenimento dei costi e del miglioramento dei risultati economici aziendali
- > Contribuisce al rafforzamento della posizione di mercato della Società attraverso la costante anticipazione delle aspettative dei Clienti esterni e interni



La responsabilità della qualità in Sisal è curata da un team formato da un responsabile della Qualità, da un gruppo di Auditor Senior e da Facilitatori, presenti in ciascuna funzione aziendale che, in stretta collaborazione con la Direzione aziendale, nella figura, prevista dalle norme ISO, del Rappresentante della Direzione, lavorano costantemente per lo sviluppo e il miglioramento del Sistema di Gestione per la Qualità e per l'evoluzione continua della sua efficacia, attraverso il costante monitoraggio degli indicatori che misurano l'efficienza e l'efficacia, qualitativa e quantitativa, del sistema.



Gli Stakeholder di Sisal

IV





IV. Gli Stakeholder di Sisal



AAMS

Le Istituzioni Pubbliche

Gli Azionisti, i Soci diretti e indiretti

I Dipendenti e i Collaboratori

I Partner commerciali - La Rete e i Fornitori

I Clienti

La Comunità

★ 4.1 AAMS

In Italia la funzione di controllo dei giochi e di attività di governance è esercitata dall'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato (AAMS); di conseguenza la relazione con AAMS è costante e centrale nell'attività di Sisal.

In particolare, Sisal opera come concessionario di AAMS per quanto riguarda la raccolta in Ricevitoria dei giochi tradizionali, quali SuperEnalotto, Tris, Totocalcio, Totogol, oltre che delle scommesse a quota fissa e delle nuove scommesse a totalizzatore, quali Big Match e Big Race. Inoltre, dal luglio 2004, Sisal è anche concessionario di AAMS per la gestione della rete telematica degli apparecchi di intrattenimento NewSlot.

Come si legge nella presentazione istituzionale "AAMS. Il Governo dei Giochi":⁴

"L'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato svolge l'attività amministrativa diretta alla regolazione e al controllo dell'intero comparto dei giochi, avendone acquisito, alla luce delle evoluzioni normative, le funzioni statali, pur mantenendo alcune delle tradizionali competenze sui prodotti derivanti dalla lavorazione del tabacco.

La ragion d'essere della presenza dello Stato, sia nel comparto dei giochi che dei tabacchi, si caratterizza nell'assicurare un gettito erariale a un livello compatibile con la tutela degli altri interessi pubblici rilevanti: la tutela dei consumatori e il contrasto all'illegalità. Non meno rilevante è il ruolo volto a favorire lo sviluppo di attività economiche, di produzione e distribuzione, che sono ormai significative in termini di creazione di ricchezza e di occupazione. Nel comparto dei giochi AAMS assolve al proprio ruolo disegnando le linee guida per una dinamica e razionale evoluzione del settore e verificando costantemente la regolarità del comportamento degli operatori. Inoltre interviene nel contrasto di ogni fenomeno illegale e agisce al fine di garantire l'ottimizzazione del gettito erariale di competenza. [...]

⁴ "AAMS. Il Governo dei Giochi", brochure istituzionale 2008.



La presenza diretta dello Stato non esclude in alcun modo l'apporto dei privati, ma anzi è volta a rendere sempre più aperto e concorrenziale il mercato stesso, nell'ambito del rigoroso rispetto delle norme, attraverso la collaborazione tra pubblico e privato che garantisca ai consumatori un'offerta di qualità e, al tempo stesso, altamente sicura.

Questo ruolo viene ben esemplificato nel modello di funzionamento del mercato dei giochi pubblici, che AAMS ha concepito e sta progressivamente attuando, il quale riserva allo Stato le infrastrutture di rete e il controllo e affida la commercializzazione dei giochi a una pluralità di soggetti, in competizione tra loro per la qualità dei servizi, rendendo così il mercato garantito e pienamente concorrenziale.

Il contrasto al mercato illegale deve esercitarsi con l'uso combinato di due leve: la regolarizzazione e la repressione. La scelta di AAMS consiste nel puntare con decisione sul momento della prevenzione, in primo luogo attraverso l'ampliamento e la qualificazione dell'offerta, da rendere quanto più possibile allineata alle richieste dei consumatori, senza comunque rinunciare ad azioni repressive mirate.

In questo senso particolarmente significativa è l'iniziativa, condotta in collaborazione con il Ministero delle Comunicazioni, di regolazione delle modalità tecniche per inibire l'accesso alla rete Internet dei siti proponenti gioco in assenza di alcun titolo concessorio o autorizzatorio.

L'inibizione "mirata" attuata da AAMS, oltre ad arginare l'offerta di gioco illegale, ha scongiurato effetti indesiderati di oscuramento di servizi non direttamente collegati all'offerta di gioco irregolare e inoltre la comunicazione contenuta nella pagina di reindirizzamento ha prodotto, nei confronti degli utenti, un effetto comunicativo "a cascata" per la conoscenza e diffusione della normativa regolante la materia e del ruolo istituzionale di AAMS".⁵

⁵ Ibidem, p. 8.

Oltre all'attività di contrasto ai siti di gioco illegale, ulteriori fondamentali azioni sono rivolte da parte di AAMS ai giocatori attraverso attività di informazione e conoscenza delle regole e di consapevolezza dei rischi.

Alla luce di quanto sopra, risulta chiaramente che gli obiettivi di AAMS e di Sisal coincidono: infatti, entrambe promuovono una cultura di gioco trasparente, legale e sicuro e si adoperano con la comunicazione e il supporto della tecnologia perché ciò sia costantemente portato all'attenzione del pubblico.

Dal maggio 2006 AAMS ha adottato la campagna di comunicazione istituzionale GIOCO SICURO con l'obiettivo di affermare una cultura del gioco come fonte di divertimento e di svago e per contrastare l'illegalità nel gioco e i rischi in cui i giocatori possono incorrere. AAMS si propone di informare



l'opinione pubblica che per ogni gioco è possibile fare affidamento su un unico gestore istituzionale, in grado di garantire la trasparenza di ogni attività e di fornire regole chiare sia a chi gioca sia agli operatori del settore.

Sisal, in qualità di concessionario di AAMS, ha a sua volta provveduto ad apporre e a veicolare il marchio di AAMS, nonché il marchio GIOCO SICURO, su tutte le proprie campagne pubblicitarie e sugli strumenti di comunicazione istituzionale, interna e commerciale.

★ 4.2 Le Istituzioni Pubbliche

L'impianto normativo, come descritto, attribuisce ampia delega di governo del settore ad AAMS, tuttavia sono numerose le iniziative parlamentari di novazione della specifica legislazione. In tal senso, gli stessi organi parlamentari, Camera e Senato della Repubblica, sono Stakeholder fondamentali per l'attività del Gruppo Sisal che dispone di risorse dedicate al continuo monitoraggio del lavoro legislativo. Inoltre, seppur nel rispetto del principio di sussidiarietà che vede la prevalenza della normativa nazionale su quella comunitaria, anche le Istituzioni europee, Parlamento e Commissione, devono ritenersi, insieme ai Ministeri nazionali competenti, interlocutori indispensabili per una corretta strategia di Responsabilità Sociale del Gruppo in un mercato regolamentato.

Due degli Stakeholder "storici" di Sisal sono l'UNIRE e il CONI. L'Unione Nazionale per l'Incremento delle Razze Equine è dal 1948 referente di Sisal, insieme al Ministero per le Politiche Agricole e Forestali, per lo sviluppo del gioco a base ippica sia nel settore delle scommesse di agenzia sia dei concorsi di Ricevitoria. Il CONI, per molti anni responsabile di tutto il gioco a base sportiva, è oggi governato direttamente da AAMS.

★ 4.3 Gli Azionisti e i Soci diretti e indiretti

Fra i principali Stakeholder di Sisal figurano gli Azionisti e la struttura societaria presentata nel secondo capitolo di questo Rapporto. I fondi di private equity internazionali e italiani che figurano fra i Soci indiretti di Sisal sono:

Apax Partners è una partnership di diritto inglese che fornisce servizi di consulenza a fondi di private equity che investono in Europa e nel mondo. Tra questi il fondo Apax Europe VI che è socio indiretto di Sisal. Apax Partners, uno dei gruppi leader a livello globale nel settore del private equity, nei suoi 30 anni di attività ha raccolto oltre 20 miliardi di euro di capitali. Le attività di investimento sono condotte da un gruppo di oltre 100 professionisti presenti in 10 Paesi (Gran Bretagna, Italia, Germania, Francia, Spagna, Svezia, Stati Uniti, Cina, India e Israele).

Permira è uno dei primi operatori di private equity nel mondo, attivo in questo settore da oltre vent'anni, tramite fondi con una dimensione complessiva di oltre 20 miliardi di euro di capitali raccolti. Il fondo Permira Europe III, con una dimensione di oltre 5 miliardi di euro, è socio indiretto di Sisal. Gli investitori dei fondi Permira sono primarie istituzioni finanziarie mondiali (gruppi assicurativi, banche, fondi pensione, fondi di investimento) di natura sia pubblica che privata e, tra queste, si annoverano anche vari investitori istituzionali italiani. I fondi Permira si avvalgono del supporto di oltre 130 professionisti, presenti in 10 uffici nel mondo (Milano, Francoforte, Hong Kong, Londra, Madrid, New York, Parigi, San Francisco, Stoccolma e Tokyo). Nel corso della loro attività, i fondi Permira hanno completato oltre 190 acquisizioni, investendo in società operanti in svariati settori.

Clessidra, società indipendente nata nel 2003, è il gestore dei Fondi Clessidra Capital Partners I (CCP I) e Clessidra Capital Partners II (CCP II) con una raccolta di oltre 2 miliardi di euro dedicati interamente al mercato italiano. La società si avvale di un team di oltre 25 professionisti. Gli investitori del fondo sono rappresentati da gruppi italiani e internazionali di natura istituzionale, finanziaria, industriale e da fondi pensione.

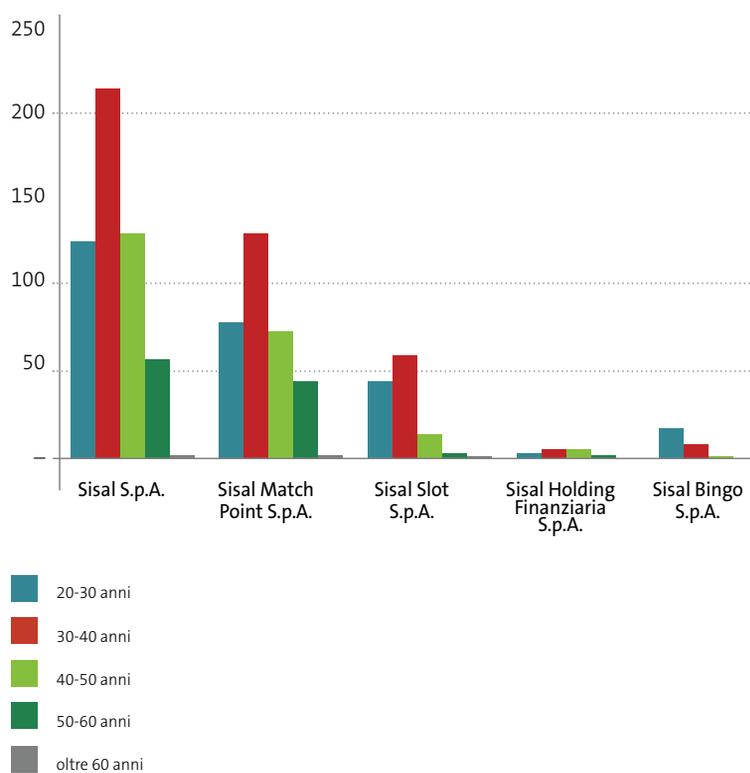
★ 4.4 I Dipendenti e i Collaboratori

Sisal ha una lunga tradizione di attenzione e coinvolgimento del proprio personale nella vita aziendale, approccio che si è evoluto nel tempo per seguire i mutamenti sociali, mantenendo però intatta la propria visione per quel che riguarda tutte le tematiche di relazione con il personale.

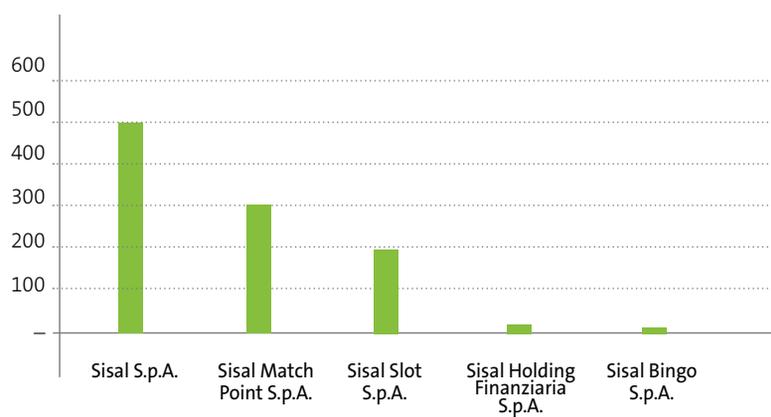
In questi anni di costante sviluppo, Sisal ha introdotto nuove risorse umane selezionate con criteri di professionalità, oltre che di affidabilità, onestà, correttezza, in linea con la delicatezza e la peculiarità della gestione dei propri prodotti. L'elemento che caratterizza più di ogni altro il personale di lunga anzianità o di recente assunzione è un forte spirito di squadra e di appartenenza.

Le attività di gestione, formazione e sviluppo del personale si ispirano ai valori etici sottesi alla mission di un'Azienda che gestisce per conto dello Stato importanti flussi finanziari e che deve fornire al pubblico un servizio continuo, efficiente e totalmente affidabile. Questo approccio di Sisal è visibile nelle diverse aree e nei diversi temi che caratterizzano i rapporti tra l'Azienda e le persone che vi lavorano.

Dipendenti società Gruppo Sisal per classi di età



Dipendenti società Gruppo Sisal



■ Sisal: un team esperto e coeso

La guida di Sisal è affidata a un nucleo di Senior Manager che hanno fatto il loro ingresso nella Società nel corso degli anni e che oggi costituiscono un team caratterizzato da valori condivisi e da elevate competenze nel settore dei giochi.

Tutti i componenti di questo team hanno maturato, prima di entrare in Sisal, un importante bagaglio di esperienze professionali in aziende nazionali e internazionali rilevanti. Queste esperienze sono state messe a frutto nel settore dei giochi, creando in Sisal un patrimonio pressoché unico in Italia per l'alto profilo, la specificità e la forte integrazione di esperienze e competenze.



■ L'occupazione

L'occupazione in Sisal è cresciuta in maniera estremamente significativa in questi anni (quasi il 500% dal 1995 a oggi), ma a questo dato quantitativo si affiancano importanti elementi qualitativi. Innanzitutto, pur utilizzando gli strumenti di flessibilità previsti dalla legislazione, Sisal ha cercato in questi anni di non confondere flessibilità con precarietà, privilegiando la ricerca di forme stabili e fidelizzate di occupazione.

Sisal si è inoltre impegnata negli ultimi anni nel garantire pari opportunità alle donne all'interno dell'Azienda; l'occupazione femminile è in continuo incremento e rappresenta oggi il 40% del totale, con una crescita significativa ai livelli più alti dell'inquadramento; elemento particolarmente favorevole al lavoro femminile è il ricorso a contratti part-time (quasi il 10%), concessi anche per brevi periodi e utilizzati soprattutto a sostegno degli impegni derivanti dalla maternità. In generale i livelli professionali dei Dipendenti sono sempre più elevati; attualmente il 12,4% del personale di Sisal è inquadrato nella fascia alta della scala contrattuale (Dirigenti e Quadri); i laureati sono il 23,7% dell'organico e i diplomati il 64,7% (dati al 30 giugno 2009).

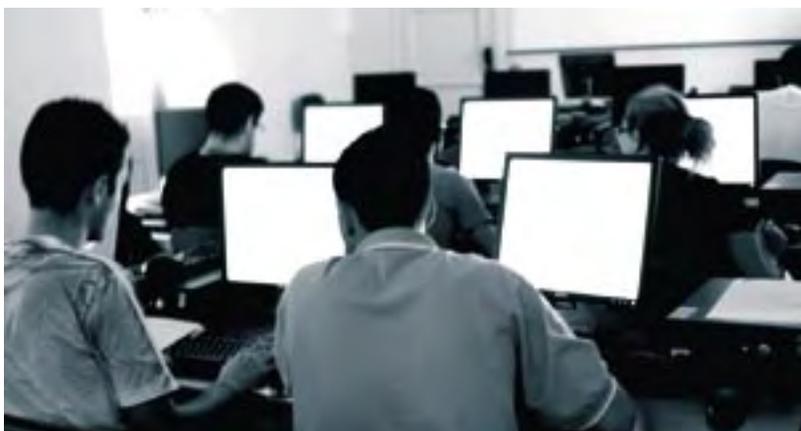
■ Sisal e la formazione

La crescita dei livelli professionali ha portato Sisal a seguire con particolare attenzione le attività formative dei propri Dipendenti: dal giugno 2008 al giugno 2009 sono stati effettuati corsi di formazione che hanno coinvolto 477 partecipanti per complessive 12.588 ore/uomo. La formazione ha toccato tematiche di tipo sia professionale che manageriale. Grande attenzione è riservata alla fase di inserimento di nuove risorse, alle quali vengono fornite le competenze di base e quelle specialistiche necessarie al loro ruolo. Sisal inoltre assicura, per le carriere più qualificate e per la valorizzazione dei propri talenti, percorsi individuali di career counselling.

■ Sisal Academy

Sisal Academy è un centro formativo di eccellenza per chi opera con Sisal nel mondo dei giochi e dei servizi. La sua mission è quella di predisporre piani organici e continuativi di formazione rivolti sia al personale interno all'area commerciale che ai gestori dei punti vendita, ai loro familiari e collaboratori. La formazione erogata verte sia sulle tematiche relative ai giochi e ai servizi, con particolare riguardo agli aspetti normativi e alla tutela del consumatore, sia su contenuti di più ampio respiro come lo sviluppo imprenditoriale del gestore.

Con il nuovo piano d'azione di CSR di Sisal FACCIAMO VINCERE I GIOVANI (per il quale si veda più diffusamente il settimo capitolo di questo Rapporto), Sisal Academy ha esteso anche alla Comunità la propria attenzione nei confronti della formazione dei giovani talenti per la loro affermazione professionale nell'economia italiana.



Una delle principali finalità di Sisal Academy è quella di contribuire allo sviluppo e alla diffusione della cultura d'impresa e di fornire competenze culturali trasversali, utilizzabili non limitatamente all'ambito professionale.

Per quanto riguarda le tecniche didattiche, Sisal Academy ha sviluppato una piattaforma di e-learning Management System, ossia di formazione a distanza che consente l'accesso ai corsi in modalità di auto-apprendimento in qualsiasi momento mediante un Personal Computer collegato a Internet (24 ore su 24 per 365 giorni all'anno). All'interno dei contenuti di formazione sono previste esercitazioni e momenti di verifica.

Tale sistema è stato impiegato con successo a partire dal luglio 2008 per impartire il corso base di Ricevitoria destinato a tutti i nuovi candidati Ricevitori, i quali vengono iscritti in modo automatico al corso dai trainer di Sisal Academy.

Per quanto riguarda la formazione interna, particolare attenzione viene posta al percorso formativo dei Responsabili di Area neoassunti per i quali si alternano giornate d'aula e di laboratorio a periodi di visite nei punti vendita, in affiancamento a esperti Responsabili di Distretto e Responsabili di Area.

Attualmente è in fase avanzata di sviluppo un ulteriore programma di formazione rivolto ai punti vendita che si realizzerà in parte entro la fine del 2009. Tale progetto contempla due macroaree: accanto all'area "gaming", focalizzata sul mondo dei giochi e dei servizi, si sta contemporaneamente implementando una specifica area "manageriale" volta a contribuire allo sviluppo di una nuova e più matura mentalità all'interno del comparto dei giochi.

■ Valorizzazione delle persone

Sisal ha messo a punto un sistema di Verifica delle Prestazioni e di Orientamento della Professionalità per supportare i propri Dipendenti e Collaboratori a maturare una maggiore consapevolezza delle proprie competenze e capacità, favorendo un aumento di efficienza personale e di motivazione sul lavoro, in un'ottica di integrazione tra le persone e l'organizzazione.

La grande maggioranza del personale del Gruppo viene coinvolta in un processo formalizzato e trasparente di valutazione delle prestazioni. Per quanto riguarda Quadri e Professional è stato sviluppato in particolare un programma di Valutazione e Sviluppo Professionale che tiene conto sia del livello di performance, sia del patrimonio di competenze individuali. Annualmente vengono individuate per ciascun Collaboratore le principali aree di responsabilità, declinate eventualmente in attività/obiettivi specifici. Per l'assegnazione degli stessi si dovrà tenere conto del ruolo, della storia e delle potenzialità del singolo Collaboratore. Questo sistema va accompagnato a momenti di verifica e *feedback*

periodici; in questo modo il Responsabile diretto può supportare, guidare e orientare la prestazione e la crescita del collaboratore. Per i Dirigenti è previsto un percorso di *Management by objectives* (MBO) che misura la loro performance e il concreto raggiungimento degli obiettivi aziendali e personali.

■ Le relazioni sindacali

Da oltre un decennio, Sisal ha sviluppato un intenso e proficuo sistema di relazioni sindacali che ha portato alla firma di importanti accordi nazionali, quali il “Protocollo sulle relazioni Sindacali” e il “Protocollo sul Telelavoro”. Più in generale, il costante confronto, la trasparenza, il rispetto dei ruoli e la ricerca di accordi positivi con le Organizzazioni Sindacali ha portato a risolvere congiuntamente e positivamente anche situazioni complesse in un clima privo di conflittualità; negli ultimi dieci anni, infatti, non si è registrata neppure un’ora di sciopero per problematiche aziendali nonostante si sia passati attraverso processi di grande cambiamento che hanno comunque inciso sulle precedenti modalità di lavoro e sulla dislocazione delle sedi. Sisal, in tutto ciò, ha sempre avuto cura di risolvere i problemi con un dialogo costante e collaborativo con le rappresentanze sindacali e con i propri Dipendenti.

■ La sicurezza sul lavoro in Sisal

Pur non operando in settori ad alto livello di rischio, Sisal ha sempre posto una grande attenzione alla tutela dell’ambiente e della sicurezza sul lavoro.

Sisal ha sempre applicato, e continua ad applicare, tutte le normative previste dalla legislazione vigente; in particolare, in questi ultimi anni, le normative previste prima dalla L. 626/1994 e recentemente dalla L. 81/2008 (Testo unico sulla sicurezza sul lavoro), e ha sempre superato, senza alcuna contestazione o sanzione, le visite ispettive. Il microclima è seguito con particolare cura, soprattutto per ciò che riguarda le polveri e la rumorosità, così come la massima attenzione è prestata al rispetto dei principi ergonomici nell’organizzazione del lavoro. In tutti gli uffici è previsto e rispettato da molto tempo il divieto di fumo, accompagnato dal rispetto per i Dipendenti fumatori, per i quali sono state predisposte numerose e confortevoli aree dedicate.

I risultati di queste politiche si possono riassumere nei dati molto contenuti di infortuni sul lavoro; negli ultimi tre anni il tasso di assenze per incidenti sul posto di lavoro è stato di poco superiore allo 0,1% complessivo. Nella realtà il tasso di infortuni avvenuti in Azienda è pari a circa lo 0,04% delle giornate lavorative; il restante 0,07% riguarda infortuni in itinere o di personale viaggiante (venditori/assistenti/tecnici).

★ 4.5 I Partner Commerciali: la Rete e i Fornitori

■ La Rete e l'organizzazione commerciale

Sisal si avvale di una Rete di 33.000 punti vendita distribuiti su tutto il territorio nazionale, composti essenzialmente da edicole, bar e rivendite di tabacchi. La Direzione Commerciale è costituita da circa 300 persone, suddivise in diversi team, ciascuno responsabile di aree specifiche, che rispondono al Direttore Commerciale.



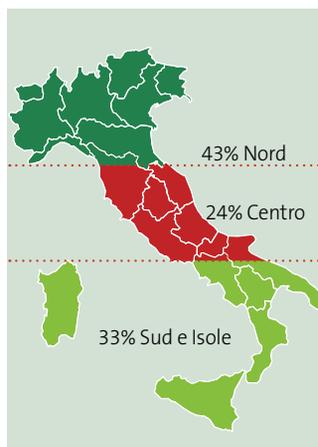
I prodotti SuperEnalotto, i Servizi, i concorsi a pronostico sportivo e l'ippica vengono gestiti da responsabili di area, che fanno capo a 4 district manager. La Rete costituita dagli apparecchi di intrattenimento distribuiti sul territorio nazionale appartenenti direttamente a Sisal, è seguita da un team di responsabili di area che fanno riferimento a un sales manager e si completa dei punti vendita Match Point seguiti e supportati da responsabili d'area specifici.

Nell'area Trade Marketing una task force di addetti e visual merchandiser consente di visitare la Rete dei punti vendita su basi mensili e trimestrali. Di quest'area fanno parte anche un reparto di analisi dei dati e due Trade marketing specialist. A ciò si aggiunge, sotto la direzione del Responsabile Vendite, un team che lavora in sede e il cui compito è sviluppare sistemi di gioco e proporli ai Ricevitori attraverso il portale web dedicato.

I punti vendita Sisal sono attentamente selezionati in funzione del proprio posizionamento (flussi di popolazione e produzione di reddito) e delle capacità dimostrate nella gestione dell'attività commerciale. Vengono costantemente monitorati dalla struttura commerciale e i contratti con i gestori sono soggetti a revisione annuale sulla base delle relative performance.

Il valore aggiunto della Rete Sisal si può così sintetizzare:

- 33.000 Ricevitorie attive a copertura di tutti i Comuni con più di 3.000 abitanti, delle quali 12.600 dotate di Sisal TV
- Rete pluricanale con punti vendita selezionati su diverse tipologie commerciali
- Formazione tecnico-commerciale ai punti vendita



Canali di vendita: Ricevitorie

Distribuzione Ricevitorie sul territorio nazionale



Canali di vendita: agenzie, negozi e corner

Distribuzione per regione dei 160 negozi Sisal

La forza commerciale è composta da una rete capillare di professionisti qualificati che contribuiscono a consolidare il rapporto con i punti vendita e che si compone di un Responsabile Vendite, 4 District Manager suddivisi per Aree Nielsen, 64 Responsabili di Area a copertura della Rete di Ricevitorie, un Reparto di Trade Marketing, 64 Visual Merchandiser, 32 Operatori al Contact Center attivo 12 ore al giorno per l'attività commerciale.

Questa struttura opera per effettuare visite dirette sui punti vendita per il controllo qualità e l'ottimizzazione delle attività della struttura commerciale. Si occupa inoltre di selezionare i canali distributivi, valuta nuove aperture, profila la clientela ed effettua formazione commerciale ai Ricevitori che vengono seguiti anche attraverso l'utilizzo di modalità di comunicazione innovative: messaggistica in tempo reale a terminale, portale Internet (con un team dedicato al portale dei Ricevitori) e attraverso la Sisal TV.

Nel 2004 Sisal entra nel mondo delle agenzie di scommesse attraverso l'acquisizione di circa 96 negozi Match Point, con una crescita che nel 2009 raggiunge, attraverso acquisizioni e aggiudicazioni di gara, fino a 160 negozi e circa 3.800 corner, con una quota di mercato superiore all'11%.

La Rete di Agenzie Sisal Match Point è attualmente composta da 56 punti gestiti direttamente da personale dipendente dell'Azienda (le cosiddette agenzie dirette) e da altri 104 punti gestiti secondo un modello di franchising con qualificati partner commerciali (le cosiddette agenzie partner) e viene costantemente monitorata dalla struttura commerciale, che si avvale di 10 responsabili di Area, a copertura del territorio nazionale.

Gli elementi distintivi dei canali di vendita sono:

- Unicità del concessionario per tutti i punti vendita
- Quote stabili e competitive identiche su tutta la Rete (anche online)
- Portafoglio prodotti completo, con un'importante offerta anche su sport minori ed eventi non sportivi
- Team di professionisti dalla pluriennale esperienza nel *bookmaking* in ambito nazionale e internazionale
- Tecnologia sviluppata da Sisal e compatibile con i sistemi di gestione della Rete di Ricevitorie
- Materiale informativo sul punto vendita sempre aggiornato

■ Il dialogo con i Punti Vendita: il Call Center e il Portale dei Ricevitori

Ai Ricevitori è dedicato un apposito Call Center che fornisce una risposta competente e rapida agli interlocutori, fortemente orientata alla risoluzione dei problemi. A questo si affianca online il portale dei Ricevitori, nel quale attraverso l'accesso riservato, si possono trovare tutte le informazioni e la modulistica per la propria attività e dal quale si possono anche scaricare i materiali pubblicitari relativi al Gioco Sicuro da utilizzare all'interno del punto vendita. Dal portale i Ricevitori possono richiedere l'invio del materiale di consumo e possono consultare i propri borderò contabili.



Dal 1° luglio 2009 il Call Center integra diversi canali (mail, telefono e fax) per fornire un servizio sempre più rapido ed efficiente. Il livello di servizio è costantemente monitorato e, ad esempio, lo standard di risposta, per chi utilizza il contatto della posta elettronica, è fissato entro 4 ore dalla richiesta.

I Fornitori

Il Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001 evidenzia come sia fondamentale mantenere un dialogo franco e aperto con i Fornitori e la necessità di ottenere la massima collaborazione nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze dell'Azienda e dei suoi Clienti, in termini di qualità, costo e tempi di consegna.

Per quanto riguarda le risorse essenziali per la gestione delle attività, i Fornitori vengono suddivisi nelle seguenti tipologie di acquisto:

- Terminali
- Materiali di gioco
- Servizi logistici
- Servizi di Call Center
- Merchandising
- Servizi di comunicazione fissa e mobile
- Hardware, software e servizi

L'ammontare complessivo della spesa a favore dei Fornitori nel 2008 è stata di oltre 354 milioni di euro, compresi 215 milioni di aggi ai Ricevitori.

Sisal S.p.A. effettua un'attività di selezione e valutazione dei Fornitori di materiali, servizi e prestazioni aventi influenza sul servizio fornito ai propri Clienti. È previsto un sistema di monitoraggio degli standard dei Fornitori, anche attraverso lo SLA (Service Level Agreement) per i Fornitori critici, e viene assegnato un *vendor rating*.

Il processo di qualificazione e valutazione passa attraverso quattro elementi:

- > Sistema di garanzie (ad esempio, certificazione ISO) e aspetti di controllo dei processi
- > Giudizio globale di fornitura, attraverso la verifica del rispetto dei tempi di consegna/intervento/risposta; rispetto delle specifiche; correttezza dei documenti tecnici e dei documenti amministrativi
- > Numero di non conformità della fornitura
- > Scostamento percentuale rispetto ai parametri di riferimento definiti nei contratti di fornitura che prevedono Service Level Agreement

A tutti i Fornitori è stata inviata una comunicazione sul Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal, indicandone la disponibilità sul sito aziendale e la possibilità di riceverlo in copia dietro richiesta; l'impegno all'osservanza dei principi e delle norme in esso contenute è previsto nella contrattualistica aziendale.

★ 4.6 I Clienti

I Clienti di Sisal comprendono sia i consumatori-giocatori, sia i cittadini-utenti ai quali viene offerta una vasta gamma di servizi (online e nelle agenzie a gestione diretta) oppure tramite la Rete nazionale di Ricevitori. L'importanza per Sisal della soddisfazione del Cliente si concretizza attraverso dei canali di dialogo appositamente dedicati: il Customer Service per i giocatori e il Call Center per i Ricevitori, del quale si è detto, oltre ai siti web e alla Sisal TV.

■ Il dialogo con i Giocatori: il Customer Service

Il Customer Service Sisal è la struttura organizzativa progettata e realizzata per informare, assistere e tutelare i giocatori sia della Rete distributiva fisica sia di quella a distanza.

I Clienti del Customer Service sono classificabili in tre tipologie:

- Clienti non registrati che desiderano ottenere informazioni o assistenza sui giochi nel rispetto dell'anonimato
- Clienti registrati che hanno fornito i propri dati per ricevere servizi informativi o per partecipare a forum di discussione
- Clienti profilati che utilizzano il punto vendita a distanza Sisal

Per ognuna di queste categorie di Clienti sono stati predisposti i servizi necessari a soddisfare le specifiche esigenze al fine di garantire il massimo livello di supporto e dialogo nelle varie fasi di accesso ai servizi, realizzando un flusso di comunicazione verso i giocatori che contribuisce al miglioramento dei servizi offerti.

Il Contact Center

Costituisce il principale servizio di assistenza a disposizione dei Clienti ed è composto da una struttura interna a Sisal e da una struttura esterna, 4U Servizi S.p.A. società leader nei servizi di assistenza al Cliente. Il Contact Center è accessibile 24 ore al giorno tramite un numero verde (800 77 88 66), un indirizzo e-mail (infogiochi@sisal.it) oppure un numero di fax (800 99 93 05) per offrire i seguenti servizi:

- Informazioni relative ai giochi numerici a totalizzatore nazionale e la relativa normativa
- Ricevimento e gestione delle segnalazioni o suggerimenti dei giocatori
- Informazioni sulla Rete distributiva fisica e a distanza
- Assistenza tecnica e supporto
- Assistenza in materia di Gioco Responsabile

Il Forum dei Consumatori

Da anni Sisal offre ai propri punti vendita il forum “Zona Sisal” per dare spazio e voce ai titolari di Ricevitorie su tematiche d’interesse comune. Così, dal 2009, Sisal, in un’ottica di massima trasparenza e dialogo, ha deciso di mettere a disposizione l’esperienza maturata nella gestione del Forum anche ai propri Clienti finali, cioè i giocatori, per dare spazio e voce ai pareri e ai gusti dei consumatori in una logica che vede il consumatore quale protagonista nella produzione ed erogazione dei servizi stessi.

■ I Siti web di Sisal

La presenza di Sisal sul web si realizza attraverso sei siti che ogni mese catturano in totale l’attenzione di oltre 5 milioni di visitatori unici.⁶

⁶ Fonte: Nielsen net ratings.

Sisal.it (1,8 milioni di visitatori unici al mese) è il sito istituzionale che offre tutte le informazioni sul Gruppo ed è stato fin dalla sua nascita, il riferimento per il mondo dei giochi disponibili in Ricevitoria (SuperEnalotto, Tris, Totocalcio e Totogol).



Match-point.it (2,2 milioni di visitatori unici al mese) nasce nel 2004 come sito di gioco per le scommesse sportive online e oggi è il portale dedicato ai giochi online di Sisal. Negli anni la gamma dei prodotti si è allargata a tutti i giochi che il mercato consente di offrire attraverso Internet. I Clienti Sisal Match Point possono accedere alle scommesse (sportive e ippiche) e giocare online con Gratta e Vinci, Sisal Poker, Sisal Skill Games, Superenalotto, Totocalcio, Totogol, Tris e, a breve, Sisal Bingo.

Superenalotto.it (1 milione di visitatori unici al mese) esordisce il 1° luglio 2009 ed è il primo sito a offrire la possibilità di giocare legalmente al SuperEnalotto online. Il suo lancio corrisponde all’esordio di Sisal nel mercato dei giochi online.

Giochinumerici.info (230.000 visitatori unici al mese) è il sito attraverso il quale Sisal svolge il proprio ruolo istituzionale di concessionario del prodotto SuperEnalotto, realizzato secondo gli standard W3C al fine di garantire la massima accessibilità. Il sito offre tutte le informazioni sul gioco, la diretta streaming dell'estrazione e l'elenco dei rivenditori online autorizzati a offrire il prodotto.

Sisalpokerlab.it è la scuola di poker firmata Sisal. Il sito offre la possibilità agli utenti registrati di accedere alle lezioni di poker redatte dal Sisal Poker Team composto da 10 giocatori professionisti, capitanati dal Campione del Mondo Dario Alioto. Sul sito è inoltre possibile consultare i blog direttamente curati dal Team e, con "Poker Life", conoscere tutte le ultime novità provenienti dal mondo del poker.

Sisalpokerrewards.it è il sito creato per i giocatori di Sisal Poker che partecipano al programma fedeltà. Partecipando ai tornei Sisal Poker si accumulano punti che su Sisal Poker Rewards possono essere convertiti in bonus di gioco oppure in premi.

In totale sono oltre 300.000 gli utenti che, ogni settimana, ricevono una newsletter dal mondo web di Sisal.

Il panorama web si completa con i tre portali che Sisal ha riservato alla sua Rete dei Ricevitori: Ricevitoresisal.it, La Bachecca dei Sistemi e Sisal-slot.it. Questi siti si propongono di fornire ai gestori dei punti vendita Sisal tutte le informazioni e l'assistenza utili a offrire un servizio di qualità al Cliente finale.

■ Sisal TV



Sisal mette a disposizione dei consumatori Sisal TV, la televisione dell'Azienda nata nel luglio 1997. Sisal TV, dal 1° luglio 2009, ha cambiato volto ed è visibile in esclusiva nella Rete di Ricevitorie con due nuovi canali: Sisal TV e Sisal TV Sport, in diretta tutti i giorni dalle 6 alle 23.

Oltre 12.600 punti vendita Sisal, dotati di un canale satellitare criptato, possono contare su un innovativo strumento di comunicazione e promozione, riservato alla Rete di Sisal e ai suoi Clienti.

La nuova televisione di Sisal presenta un concept innovativo che prevede televisione e radio integrate tra loro con l'obiettivo di rendere più semplice e immediata la comunicazione di messaggi promozionali e la fruizione di notizie da parte del pubblico presente in Ricevitoria.

Sisal TV si propone quindi a giocatori, cittadini-utenti e Ricevitori non solo come semplice mezzo di intrattenimento, ma anche come fonte di informazione sui giochi, sui servizi e sul Gioco Responsabile.



Il canale Sisal TV offre programmi d'intrattenimento, musica, rubriche, news e servizi al cittadino. Il canale Sisal TV Sport trasmette in diretta gli eventi dedicati all'ippica e ai maggiori eventi sportivi, commentati nei telegiornali di approfondimento. Entrambi i canali dedicano ampio spazio a SuperEnalotto, alle promozioni e alle iniziative, alla cronaca delle vincite e ai risultati delle estrazioni.

★ 4.7 La Comunità

La Comunità, in quanto Stakeholder di Sisal, viene diffusamente analizzata nelle sue diverse articolazioni nel capitolo conclusivo di questo Rapporto Sociale: La Comunità e il Piano d'Azione di CSR - FACCIAMO VINCERE I GIOVANI.



Il Valore Aggiunto
e la sua distribuzione





V. Il Valore Aggiunto e la sua distribuzione

★ 5.1 La responsabilità economica

Sisal opera nell'ambito di due mercati principali di riferimento: il mercato dei giochi e quello dei servizi ai cittadini, alle imprese e alla Pubblica Amministrazione. Nel 2008 il mercato dei giochi legali in Italia ha registrato complessivamente una spesa del pubblico di circa 47,5 miliardi di euro con un incremento rispetto al 2007 di circa il 14%. Tale risultato, decisamente in controtendenza rispetto all'andamento generale dell'economia nazionale, colloca il settore in una posizione di assoluta preminenza nel contesto economico del Paese.

Questo andamento positivo è inoltre riscontrabile in quasi tutti i diversi comparti del mercato. In particolare è da sottolineare la performance del SuperEnalotto il cui volume di raccolta (attestatosi a circa 2,5 miliardi di euro: il dato di raccolta più alto nella storia ormai decennale del prodotto) è cresciuto di oltre il 29% rispetto al precedente esercizio.

Complessivamente, il Gruppo Sisal Holding Finanziaria S.p.A. ha raccolto nel corso del 2008, attraverso le proprie reti fisiche e virtuali, oltre 6,5 miliardi di euro (di cui 5,1 miliardi relativi ai giochi e 1,4 miliardi relativi ai Servizi), registrando una crescita di circa il 12,6% rispetto all'analogo dato 2007 e stabilendo inoltre il record di raccolta nella storia del Gruppo a conferma del radicamento ormai raggiunto nei rispettivi mercati e comparti di riferimento.

I ricavi del Gruppo ammontano a 536.918.875 euro.

La redditività operativa sul Capitale Investito Netto è del 13,3%. Il margine operativo sui ricavi è pari al 20,7%. La redditività sul Patrimonio Netto raggiunge il 26,2%.

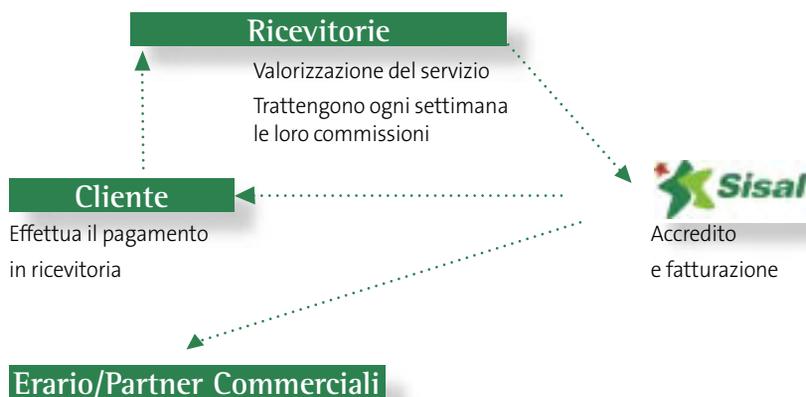
Principali dati del Gruppo (€ . 000)

| | 2008 |
|-------------------------|---------|
| Ricavi | 536.919 |
| Margine Operativo Lordo | 129.279 |
| EBIT | 111.395 |
| Utile Netto | 9.739 |
| ROI | 13,3% |
| ROS | 20,7% |
| ROE | 26,2% |

5.2 Il contributo di Sisal alla fiscalità generale

Il mercato dei giochi vale in Italia circa 47,5 miliardi di euro (2008), con rilevanti benefici anche sulla finanza pubblica grazie all'andamento delle entrate erariali derivanti dai giochi che sono cresciute di circa l'8% rispetto al 2007, attestandosi a poco meno di 8 miliardi di euro. Di questi 8 miliardi, 1,5 miliardi derivano dalla raccolta di giochi Sisal (1,2 miliardi di euro derivano dal solo SuperEnalotto, per il quale si ha un'incidenza del prelievo erariale sul raccolto di quasi il 50%).

Nei primi sei mesi del 2009 nel settore si è registrata un'ulteriore crescita di circa il 10%; nel primo trimestre del 2009 le entrate fiscali hanno superato i 2,5 miliardi di euro.



Ogni settimana Sisal raccoglie dai punti vendita i flussi finanziari derivanti dalle attività svolte nella settimana precedente ed effettua i pagamenti sia all'Erario sia, sulla base degli accordi, ai partner commerciali.

Il volume di denaro annualmente gestito da Sisal è di circa 6,5 miliardi di euro.

5.3 La produzione e la distribuzione del Valore Aggiunto

Di seguito sono riportati i dati economici consolidati 2008 di Sisal, riclassificati per evidenziare il processo di formazione del Valore Aggiunto, cioè dei ricavi al netto dei costi intermedi.

Il Valore Aggiunto evidenzia la ricchezza prodotta da Sisal nell'esercizio che viene poi distribuita tra i vari Stakeholder. Il Valore Aggiunto Globale Lordo, comprensivo degli ammortamenti e delle svalutazioni, è pari al 36,3% del Valore della Produzione; il Netto è pari al 33,4%.

Come già esplicitato in apertura di questo Rapporto, non viene presentato il confronto con i dati dell'anno precedente poiché il conto economico di quest'ultimo rifletteva il periodo compreso dal 1° novembre 2006 al 31 dicembre 2007 e presentava alcuni effetti valutativi di tipo straordinario relativi all'applicazione dei principi contabili internazionali.



Determinazione del Valore Aggiunto (€ . 000)

| | 2008 | % |
|--|----------------|---------------|
| a) Valore della Produzione | 536.918 | 100,0% |
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 536.918 | |
| b) Costi Intermedi della produzione | 354.728 | 66,1% |
| Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo | 12.483 | |
| Costi per servizi | 318.704 | |
| Costi per godimento di beni di terzi | 9.574 | |
| Accantonamenti per rischi | 2.132 | |
| Oneri diversi di gestione | 11.835 | |
| VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO | 182.190 | 33,9% |
| Proventi finanziari | 12.781 | |
| VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO | 194.971 | 36,3% |
| Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore | 15.752 | |
| VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO | 179.219 | 33,4% |

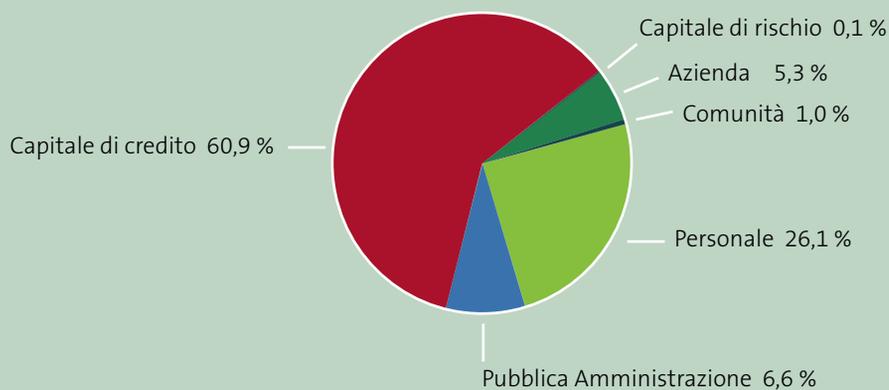
Il Valore Aggiunto Globale Netto nel 2008 si è attestato a 179,2 milioni ed è così ripartito tra gli Stakeholder:

- Il 26,1% è stato distribuito ai Dipendenti, sotto forma di retribuzione e senza considerare i costi indiretti
- Il 6,6% è l'ammontare distribuito alla Pubblica Amministrazione attraverso imposte dirette e indirette
- Il 60,9% è a remunerazione dei finanziatori per il capitale di credito
- Lo 0,1% è stato distribuito come dividendi a soggetti terzi al Gruppo
- Il 5,3% è stato destinato all'Azienda e comprende gli utili non distribuiti che concorrono a formare l'autofinanziamento
- L'1,0% è destinato a favore delle comunità locali

Distribuzione del Valore Aggiunto (€ . 000)

| | 2008 | % |
|---|----------------|---------------|
| a) Remunerazione del personale | 46.735 | 26,1% |
| Costi per il personale | 44.372 | |
| TFR | 2.408 | |
| b) Trasferimenti alla Pubblica Amministrazione | 11.885 | 6,6% |
| Imposte dirette | 5.327 | |
| Imposte indirette | 6.558 | |
| c) Remunerazione del capitale di credito | 109.110 | 60,9% |
| Oneri per capitali a breve termine | 2.311 | |
| Oneri per capitali a lungo termine | 106.799 | |
| d) Remunerazione del capitale di rischio | 163 | 0,1% |
| Utili distribuiti a soggetti terzi a Sisal | 163 | |
| e) Remunerazione dell'Azienda | 9.576 | 5,3% |
| Utili non distribuiti | 9.576 | |
| f) Trasferimenti alle comunità | 1.750 | 1,0% |
| Tasse e imposte locali | 786 | |
| Liberalità | 97 | |
| Sponsorizzazioni | 867 | |
| VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO | 179.219 | 100,0% |

Distribuzione del Valore Aggiunto





Il Gioco Responsabile

VI





VI. Il Gioco Responsabile

★ 6.1 Sisal e il Programma di Gioco Responsabile



Il settore dei giochi rappresenta un'area economico-sociale particolarmente delicata per la necessità di contrastare le attività illegali, nonché per il forte coinvolgimento nella sfera privata del cliente finale: il giocatore. In questo contesto, all'interno del più ampio progetto di Responsabilità Sociale che prevede un crescente impegno da parte di Sisal nei confronti di attività a sostegno della Comunità, Sisal ha elaborato un programma di Gioco Responsabile, in sintonia con AAMS e con le sue politiche di GIOCO SICURO, volto a garantire il giusto equilibrio tra divertimento e responsabilità, relazionandosi con tutti gli attori che, a vario titolo, sono legittimamente coinvolti nell'industria del gioco lecito.

È clinicamente riconosciuto che il meccanismo aleatorio e ripetitivo di alcuni giochi possa indurre l'acuirsi di disequilibri psicologici dando luogo, in casi estremi, a vere e proprie patologie comportamentali. Dagli studi condotti a livello internazionale è emersa l'individuazione della "dipendenza da gioco". È evidente come il contesto sociale e personale siano determinanti per la corretta percezione e fruizione dell'offerta di gioco da parte dei consumatori, ma anche il singolo operatore può svolgere un ruolo importante. In tal senso Sisal intende farsi carico della responsabilità di educare e indirizzare i propri giocatori attraverso un programma di Gioco Responsabile che prevede campagne informative, l'adozione di strumenti di prevenzione e protezione, il sostegno alla ricerca di settore, l'adesione alle Associazioni internazionali di categoria più rappresentative. È inoltre prevista la possibilità di chiudere, con effetto immediato, il conto di gioco aperto con Sisal per le scommesse online di coloro che vengono identificati come a rischio patologico.

Infine, il Gruppo Sisal si sta dotando, tra i primi concessionari di gioco, di diversi strumenti tecnologici di autolimitazione al gioco, offrendo la possibilità ai giocatori di definire all'inizio della sessione quanto tempo e quanto denaro investire nell'attività di intrattenimento. Le prime applicazioni sono state realizzate sul canale Internet, caratterizzato dalla massima interazione tra il sistema di gioco e il Cliente, e sugli apparecchi NewSlot. Anche in questo settore, Sisal sta attivando ulteriori ricerche e innovazioni migliorative a promozione del Gioco Responsabile.

★ 6.2 Attività di formazione e ricerca in tema di Gioco Responsabile

Sisal intende sostenere direttamente attività di ricerca sulle tematiche del Gioco Responsabile, in particolare sullo studio, prevenzione e cura della dipendenza da gioco. È inoltre costante l'attività di aggiornamento sulle *best practices* internazionali in materia di gioco responsabile.

A ciò si aggiunge uno specifico programma di Sisal per la formazione dei propri Dipendenti e della Rete commerciale in tema di educazione al Gioco Responsabile e di prevenzione e cura delle patologie connesse a un comportamento di gioco in eccesso.

★ 6.3 Dai valori alle azioni: il Decalogo di Gioco Responsabile di Sisal

Un programma di Responsabilità Sociale deve integrarsi con quanto già avviato da AAMS a partire dal 2006 con la campagna sul GIOCO SICURO, iniziativa nata allo scopo di diffondere la cultura del gioco come reale fonte di divertimento e di socialità.

In questa direzione Sisal continua nel proprio impegno in materia di Gioco Responsabile nei confronti dei suoi Stakeholder attraverso l'adozione di un Decalogo di Gioco che prevede i seguenti punti:



1. Offerta di una vasta gamma di prodotti di gioco innovativi e di qualità, al fine di prevenire la concorrenza del gioco illegale in un contesto di gioco sano, responsabile e sicuro.
2. Campagna di comunicazione GIOCA IL GIUSTO mirata a indirizzare il consumatore a compiere scelte consapevoli e informate.
3. Adesione ai codici etici delle Associazioni internazionali di categoria (European Lotteries Association e World Lottery Association).
4. Adozione e implementazione di sistemi di monitoraggio volti a garantire il massimo della trasparenza, efficienza e sicurezza dei processi di gioco anche attraverso il continuo controllo dell'Ente regolatore.
5. Predisposizione di una serie di meccanismi di gioco che riducano al minimo i rischi connessi a comportamenti patologici. Nello studio dei nuovi giochi è inclusa una fase di analisi specifica dell'equità dei giochi.
6. Formazione e sensibilizzazione sui temi e sulle iniziative di Gioco Responsabile della propria Rete vendita attraverso un apposito portale e la Sisal TV, piattaforma satellitare esclusiva di Sisal.
7. Offerta ai giocatori di un sistema di *counselling* online attraverso un apposito *help-desk*.
8. Sostegno a studi e ricerche volti a identificare e adottare le *best practices* a livello internazionale in tema di *responsible gaming* e di prevenzione e cura della patologia da gioco.
9. Attenta selezione della Rete vendita e dei relativi gestori, privilegiando l'integrità professionale, la solidità finanziaria e la capacità di informare i giocatori sulle caratteristiche dei giochi, sul divieto del gioco da parte dei minori e sui rischi di comportamenti patologici.
10. Informazione costante sulle attività dell'Azienda, sistema di reporting chiaro, trasparente e aggiornato, massima trasparenza in merito ai Fornitori e Collaboratori in un contesto di qualità, sicurezza e affidabilità.

★ 6.4 I siti web di Sisal e la campagna di Gioco Responsabile



Evitare che il gioco diventi una patologia non solo è un dovere di ogni concessionario dello Stato, ma fa anche parte della radicata etica professionale di Sisal. Per questo, in accordo con AAMS, Sisal offre un gioco legale e sicuro nella più totale trasparenza nei confronti del giocatore anche attraverso campagne di informazione sul Gioco Responsabile e di prevenzione della dipendenza da gioco.

Al fine di rendere concreto il proprio impegno a sviluppare azioni in linea con i principi della Responsabilità Sociale, Sisal ha deciso di aiutare i giocatori a identificare e prevenire la dipendenza da gioco con una serie di consigli pratici diffusi attraverso appositi opuscoli e in tutti i siti Internet facenti capo a Sisal quali: www.sisal.it, www.match-point.it, www.giochi-numeric.info, www.superenalotto.it.

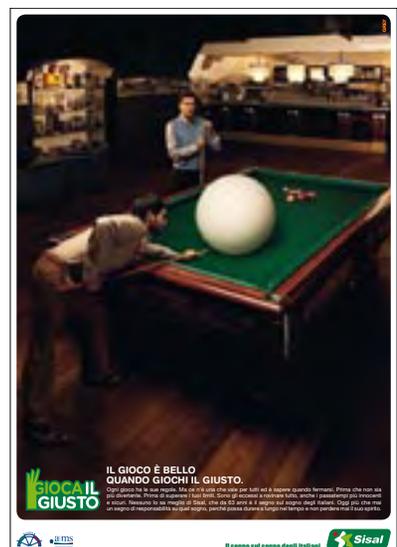
8 consigli per un comportamento di Gioco Responsabile

1. Se è difficile resistere alla voglia di giocare, è tempo di farsi delle domande. Quando ti si presenta l'occasione o la voglia di giocare, assicurati che il momento sia quello giusto e che il budget te lo permetta. Se sei incapace di "passare il turno", è il momento di ragionare più seriamente sui tuoi atteggiamenti riguardo al gioco.
2. Quando il gioco serve a fuggire dalle preoccupazioni, può diventare anche esso origine di problemi. Il gioco deve essere un divertimento. Per questo è auspicabile che tu abbia anche degli altri interessi e delle persone (amici, familiari, ecc.) con le quali parlare quando sei al limite.
3. Prima di giocare, è prudente fissare una soglia massima di spesa e dei limiti di tempo. I soldi che punti nel gioco sono una spesa in divertimento. È buona abitudine definire in anticipo la somma che vuoi utilizzare in funzione del tuo budget e non superare questo limite.
4. Per rispettare il budget stabilito, è importante fare una pausa durante il gioco per verificare le proprie vincite e le proprie perdite. Quando giochi puoi perdere o vincere e pertanto è facile dimenticare il limite che ti sei fissato e perdere il senso della realtà. È buona abitudine durante il gioco fare ogni tanto il punto della situazione e accertarti di non avere superato il budget prefissato.
5. Mentire sulle proprie perdite al gioco o nascondere agli altri le somme spese è un segnale di allarme e indica che ti devi mettere un freno.
6. I prestiti e il gioco sono un mix esplosivo. Ricordati di giocare i soldi destinati al tuo divertimento e non tutto il tuo stipendio: non rischiare di dover chiedere in prestito dei soldi per il gioco!
7. Continuare a giocare per vincere i soldi persi, vuol dire rischiare di perderne ancora. Perdere fa parte del gioco e devi saperlo accettare. Giocare per recuperare i tuoi soldi persi non può che portare a fartene spendere sempre di più. Non è giocando di più che finisci necessariamente con il vincere!
8. Le tattiche sono inutili. È impossibile prevedere i risultati. Non puoi controllare la sorte, lo sai, ma non dimenticarlo soprattutto quando giochi. Fai delle pause durante il gioco, poiché la foga di vincere può confonderti e illuderti di poterne prevedere i risultati.

GIOCA IL GIUSTO



Inoltre, Sisal ha elaborato e diffuso una campagna di comunicazione mirata a informare e indirizzare i consumatori in tema di Gioco Responsabile e consentire loro di compiere scelte consapevoli. Il segno distintivo GIOCA IL GIUSTO è stato adottato in ogni sito web, in tutte le campagne pubblicitarie, su Sisal TV e su tutte le schedine di gioco.



★ 6.5 L'adesione e la collaborazione con le Associazioni internazionali

Sisal, nell'ambito della sua mission, ovvero essere il leader nella gestione del Gioco Responsabile, intrattenendo i consumatori, ovunque essi si trovino, con giochi innovativi e sicuri, da tempo aderisce e applica le *best practices* internazionali in materia di Gioco Responsabile. Nell'ambito delle misure concrete di applicazione dei suddetti principi è membro delle più rilevanti Associazioni internazionali, quali la World Lottery Association (WLA) e la European Lotteries Association (EL). L'adesione a tali Associazioni consente un dialogo e un confronto con i principali operatori del settore valorizzandone le esperienze positive.



■ La World Lottery Association

Nel 2007, Sisal ha sottoscritto il Programma “Responsible Gaming Framework” promosso dalla World Lottery Association. Ciò che rende maggiormente interessante il programma della WLA è la concretezza delle azioni previste, tra cui:

- Il coinvolgimento obbligatorio e diretto delle parti istituzionali e sociali di riferimento
- I metodi di misurazione che saranno realizzati sia in forma di autovalutazione sia di reciproca perizia tra gli operatori a livello mondiale
- La previsione di un formale impegno personale da parte dei vertici aziendali al rispetto dei principi sottoscritti

L'insieme di queste caratteristiche, unitamente a tutti i materiali di supporto forniti alle Società aderenti al Programma, fanno del “Responsible Gaming” il più efficace strumento per il raggiungimento degli obiettivi internazionali di equità nella gestione dei prodotti di gioco. Attraverso questo programma Sisal si impegna a rendere il “Responsible Gaming” una parte integrante delle proprie attività quotidiane, con un continuo impegno per mantenere un idoneo bilanciamento tra ricavi, divertimento e attese dei consumatori.

■ La European Lotteries Association

Per quanto riguarda la European Lotteries Association, nel 2003 Sisal ha sottoscritto il Codice Etico (“Code of Practice”) e lo European Code of Conduct on Sports Betting.



Introduction

The European Association was founded in 1983 to facilitate the sharing of information between European State Lotteries and Lottos and to pursue areas of common interest.

The Association is made up of State Lotteries and Lottos which are Regular Members (State Lotteries) and Associate Members (Lottery suppliers).

This Code of Practice sets out the commitments that the Members of the Association offer to all their stakeholders – players, retailers, suppliers, employees and Governments.

Objectives

The Members of the Association are committed to these objectives:

- Raising money efficiently for public benefit.
- Offering all eligible citizens games which are fun, fair and harmless.
- Promoting and running the business of lotteries and lottos with all due propriety.

Values

For the benefit of all players and stakeholders, the Members of the Association will conduct

A Code of Practice for the Members of the Association

every aspect of their business according to the highest possible standards of integrity, competence and responsibility. They will behave in a professional manner at all times.

As operators existing for the national good, the Members of the Association will guarantee that all eligible citizens have the same opportunity to participate and to win in games that are both affordable and accessible.

Commitments

In order to foster public confidence the Members of the Association will strive to ensure the complete integrity of their employees, sales networks and suppliers.

Moreover, they will make every effort to ensure that their games, draws and payment systems are secure and operate fairly.

The Members of the Association will behave in a responsible manner towards minors, making every effort to ensure that retailers scrupulously observe national laws in every State.

They will also take steps to discourage excessive play.

They will offer the fullest protection to winners.

While having due regard to security, the Members of the Association will provide as much information as possible on all financial and operational matters.

In accordance with national practice, the Members of the Association will be fully accountable to their Governments and regulators as well as to their players and employees. They will focus the greatest possible attention on quality of service at all levels.

Bearing in mind the prime objective of raising money for the public good, the Members of the Association will promote maximum efficiency to optimise returns on behalf of their Governments.

Implementation

All signatories to this Code will encourage its observance and take such steps as are deemed necessary to handle complaints arising from any clear breach of practice.

The Members of the Association may introduce supplementary Codes on such aspects of their activities as they see fit in accordance with national practice.

Lausanne, May 1999

■ Sisal firma il Codice di Condotta Europeo sulle scommesse sportive

Nel 2009 Sisal ha inoltre sottoscritto il Codice di Condotta sulle scommesse sportive, elaborato dalla European Lotteries Association (EL) che contribuisce a proteggere ulteriormente lo sport e le scommesse sportive dai reati di frode, corruzione e riciclaggio, così come dai rischi di gioco minorile e compulsivo o scommesse non controllate.

Il Codice di Condotta sulle scommesse mira alla trasparenza delle scommesse sportive, all'eliminazione dei conflitti di interesse e alla prevenzione delle partite truccate (*match fixing*), specialmente nelle seguenti aree:

- Promozione dei valori sportivi
- Supporto del Gioco Responsabile
- Lotta contro la corruzione sportiva
- Prevenzione contro la frode e le partite truccate
- Lotta contro il riciclaggio
- Prevenzione del conflitto di interessi

I firmatari del Codice si sono inoltre impegnati a non accettare scommesse su eventi chiaramente influenzabili o con una forte probabilità di corruzione. Hanno anche adottato delle regole che eliminano il conflitto di interessi e governano le relazioni tra le Società di scommesse, i loro proprietari, la dirigenza, gli impiegati e i settori sportivi, le competizioni, i club e i singoli individui. I firmatari incoraggiano misure che vietino ai giocatori, agli allenatori e ai Dirigenti di scommettere sulle proprie squadre, competizioni o partite. Con la sottoscrizione del Codice di Condotta Sisal ha consolidato il proprio impegno a promuovere il Gioco Responsabile, il divieto del gioco minorile, la riduzione dei rischi sulle scommesse e lo sviluppo di un'etica sportiva.

Il rispetto del Codice è garantito da una Commissione composta dai rappresentanti della EL Association, dai rappresentanti delle organizzazioni sportive e da personalità con un alto grado di prestigio morale. Il Codice di Condotta sulle scommesse sportive è la conseguenza degli accordi firmati tra la World Lottery Association e la FIFA e tra la European Lotteries Association e la UEFA. Secondo gli accordi, le Associazioni internazionali delle lotterie aggiornano le federazioni di calcio con informazioni relative alle scommesse, alle competizioni e alle partite sospette.

Matchinfo Risk Group, formato da esperti di Società appartenenti alla European Lotteries Association, in collaborazione con i delegati UEFA, monitora gli eventi di scommesse rischiose in tutto il Continente europeo 24 ore su 24. Se ci si trova a fronteggiare un evento di scommessa sospetta, il Risk Group avverte la UEFA, che ha il potere di prendere appropriate precauzioni o misure di controllo. La European Lotteries Association raccoglie più di settanta membri. Il Codice di Condotta sulle scommesse sportive è stato firmato da più di venti Società di scommesse e di lotterie.



La Comunità
e il Piano d'Azione di CSR

VII





VII. La Comunità e il Piano d'Azione di CSR -
FACCIAMO VINCERE I GIOVANI

★ 7.1 Sisal e la solidarietà

Sisal ha sempre avuto, fin dalla sua nascita, una forte attenzione alla Comunità e, tramite il gioco, genera risorse per lo sviluppo sociale e culturale del Paese. Quest'attenzione è stata testimoniata sin dalla sua fondazione allorché Sisal, proprio dal 1946, contribuì con una percentuale dell'allora "schedina Sisal" a finanziare la ricostruzione degli stadi italiani distrutti dalla guerra.

Negli anni seguenti Sisal ha sostenuto un crescente numero di azioni di Responsabilità Sociale, partecipando, tramite la propria Rete di punti vendita, a numerose campagne di raccolta fondi a favore di Enti e Associazioni no profit ritenute particolarmente meritevoli di sostegno quali l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, l'Associazione Italiana per la Ricerca sulla Sordità, l'Associazione Italiana Sclerosi Multipla, il Banco Alimentare, la Croce Rossa Italiana, la Fao (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura), la Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, il Progetto Angola, Telethon e Trenta Ore per la Vita.

Oltre al valore intrinseco del sostegno economico, Sisal, diffondendo schedine e locandine appositamente studiate, promuove queste iniziative accompagnandole con un forte supporto di comunicazione e informazione sulle tematiche sociali oggetto delle campagne.

Di recente Sisal ha deciso di finalizzare la propria presenza a sostegno di progetti di solidarietà selezionando iniziative specifiche e seguendone lo sviluppo e i risultati, con particolare attenzione anche alle esigenze della comunità scientifica di riferimento. Si segnalano:

■ Sisal per AIRC – Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro

Da nove anni Sisal sostiene AIRC attraverso una gara di solidarietà che coinvolge la propria Rete di Ricevitorie e i propri Clienti.

Nello specifico, Sisal ha contribuito negli anni al progetto di finanziamento di 21 borse di studio per giovani ricercatori e ha adottato una delle quattro Piattaforme di Oncogenomica dell'Associazione.

La raccolta AIRC del novembre 2008 ha permesso di raccogliere, grazie alle schede di donazione del SuperEnalotto e dei Ricevitori della propria Rete, oltre 235.000 euro.

■ Sisal per Telethon

Sisal sostiene Telethon da quattro anni, finanziando un progetto di ricerca sulla sclerosi laterale amiotrofica familiare (SLA).

Grazie alla collaborazione tra Sisal, i propri Ricevitori e i giocatori, l'Azienda ha adottato il progetto di ricerca dedicato allo "Studio delle funzioni tossiche delle proteine SOD1 mutanti associate alla sclerosi laterale amiotrofica familiare" diretto dalla Professoressa Maria Teresa Carri, ricercatrice Telethon. Nel gennaio 2009 si è conclusa la raccolta fondi che ha coinvolto Sisal, Ricevitori e Clienti in una gara di solidarietà che ha permesso di raccogliere 163.000 euro.



■ **Sisal per AIRS – Associazione Italiana per la Ricerca sulla Sordità**

Sisal ha sostenuto dal 2003, attraverso una donazione diretta, il progetto di Screening Uditivo Universale, un progetto di grande rilevanza nazionale in grado di diagnosticare precocemente la sordità congenita infantile. Sisal ha rinnovato anche nel 2009 il proprio impegno sociale in favore di AIRS appoggiando la campagna di sensibilizzazione sociale legata alla Giornata Nazionale AIRS per la lotta alla Sordità in oltre 250 ospedali distribuiti su tutto il territorio nazionale.

■ **Sisal per il Banco Alimentare**

Banco Alimentare è una rete di organizzazioni senza scopo di lucro che ha come finalità la raccolta delle eccedenze di produzione agricole e dell'industria alimentare e la loro distribuzione a Enti e iniziative di sostegno agli emarginati.

Sisal ha messo la propria Rete di punti vendita e Sisal TV a supporto dell'attività del Banco Alimentare, che è un'iniziativa della Compagnia delle Opere, Associazione a cui Sisal ha aderito e con cui collabora in diverse modalità oltre che attraverso iniziative promozionali, economiche e sociali in linea con le finalità dell'Associazione.

★ **7.2 Sisal per l'emergenza terremoto in Abruzzo**

La Rete dei punti vendita Sisal ha permesso quest'anno di attivare immediatamente una raccolta fondi per le famiglie delle vittime del terremoto in Abruzzo dell'aprile 2009. Sisal, entro 24 ore dal sisma, ha infatti messo a disposizione la propria Rete per raccogliere offerte senza il vincolo di giocata e nel mese di maggio 2009 ha consegnato alla Croce Rossa Italiana, l'ente a cui la Società ha deciso di dedicare la raccolta, una somma significativa in tempi brevissimi.

Sisal inoltre ha voluto affiancare alla campagna di raccolta fondi anche due interventi più mirati che l'hanno coinvolta direttamente a sostegno dei colleghi Sisal dell'Aquila colpiti dal terremoto. A soli due giorni dal sisma, è stata lanciata una campagna di solidarietà interna: per ogni euro versato dai Dipendenti, Sisal si è impegnata a fare altrettanto, raddoppiando l'erogazione in favore dei collaboratori abruzzesi.

La Società ha poi deciso di intervenire direttamente con un significativo contributo per la ONG internazionale Save the Children, sostenendone gli "Spazi a misura di bambino" allestiti in cinque campi di accoglienza in collaborazione con la Protezione Civile.

Nell'estate del 2009, nell'ambito della manifestazione "All'ombra del Colosseo", Sisal ha organizzato un torneo di poker per raccogliere ulteriori fondi da destinare alla popolazione abruzzese: 210 appassionati di poker hanno generosamente partecipato alla manifestazione raccogliendo la sfida dei giocatori professionisti del Sisal Pro Poker, capitanata da Dario Alioto.

Sisal ha così donato un "Charity Bonus" di 1.500 euro per ogni giocatore

che è riuscito a eliminare un professionista del team. Il ricavato della serata è stato di 17.000 euro raccolti con i charity bonus e grazie alle donazioni dei giocatori che si sono iscritti al torneo. La somma è stata messa a disposizione della Onlus "L'Aquila per la vita", Associazione che sostiene le attività cliniche e di ricerca del reparto oncologico dell'ospedale della città e le cure a domicilio dei malati.

Complessivamente Sisal ha raccolto a favore dell'emergenza terremoto, in modo diretto e indiretto, più di un milione di euro.

★ 7.3 L'impegno di Sisal per la Sostenibilità ambientale

Sisal, come tutte le Società di gioco, non opera in un settore a impatto ambientale particolarmente rilevante, ma è consapevole del contributo che può dare alla Comunità anche su questo fronte attraverso azioni positive e programmi concreti. L'impatto diretto determinato dalle attività di Sisal è dovuto principalmente ai consumi di energia elettrica e termica e di alcuni beni e risorse, come la carta, oltre che dalla produzione di rifiuti. Sisal ha quindi deciso di dare un forte impulso alle proprie politiche di rispetto per l'ambiente definendo un primo progetto organico che si articola nelle seguenti aree:

- **Riduzione dei consumi di energia**

I consumi di energia in Sisal sono finalizzati alle attività di illuminazione e condizionamento delle sedi di lavoro nonché agli impianti tecnologici indispensabili per la gestione dei prodotti Sisal, che richiedono sofisticate misure di condizionamento e di sicurezza che garantiscono la continuità di erogazione d'energia. I consumi si riferiscono quindi sostanzialmente ad energia elettrica e metano. La Società ha sempre prestato attenzione a questi consumi privilegiando scelte energetiche a basso impatto, ma intende a breve sviluppare un progetto di rivalutazione dei fornitori anche in funzione dei livelli di CO₂ emessi. A ciò si aggiungeranno interventi di coibentazione e isolamento dei locali per evitare dispersioni di calore.

- **Riduzione delle emissioni di CO₂ dei carburanti per auto**

Per quanto riguarda l'impatto di emissioni del proprio parco auto, Sisal ha deciso di sperimentare già dal 2009 l'utilizzo di mezzi a propulsione ibrida (carburante/elettricità) che garantiscono una forte riduzione dei consumi. Altri miglioramenti verranno apportati con l'applicazione di politiche di *mobility management* per favorire attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione dei Dipendenti l'uso di mezzi pubblici, auto condivise e biciclette.

- **Controllo dei livelli di consumo di carta**

Il controllo del consumo di carta è certamente uno degli aspetti sui quali la Società può incidere maggiormente. Questi consumi assumono due tipologie: la carta utilizzata come supporto di gioco e quella utilizzata nelle attività d'ufficio.

Per la carta ad uso produttivo (833.692 kilogrammi all'anno per le schede e 1.092.522 kilogrammi all'anno per il terminale) l'evoluzione tecnologica in questi anni ha permesso di ridurre notevolmente i consumi; per quanto riguarda l'utilizzo della carta nelle attività d'ufficio, la sensibilizzazione mirata dei Dipendenti attualmente ha consentito risparmi sia nell'acquisto di carta sia nei processi collegati.

- **Riciclaggio e smaltimento dei rifiuti**

Un'altra area di miglioramento per la Società è stata individuata nello smaltimento dei rifiuti. Tutti gli smaltimenti di materiali tossici avvengono rispettando le disposizioni di legge e attraverso apposite aziende autorizzate per tali operazioni, destinando i rifiuti a discariche certificate.

Anche in questo settore verrà sviluppato un piano organico che da una parte formalizzi tutte le attività di smaltimento industriale già in essere, valutando possibili miglioramenti, dall'altro coinvolga e responsabilizzi i Dipendenti sugli sprechi di materiale riciclabile per avviare un piano di smaltimento differenziato di tutti i rifiuti aziendali: carta, plastica, lattine, polistirolo, vetro.

★ 7.4 Sisal e le sponsorizzazioni culturali

Radicata nel territorio in cui opera, del quale sin dall'inizio ha condiviso storia e identità, Sisal ha scelto di sostenere la ricchezza del patrimonio artistico italiano attraverso grandi eventi e manifestazioni di rilievo che hanno reso fruibile al pubblico la grande Arte italiana.

In particolare, dal 2000, Sisal ha affiancato come *main sponsor* le Scuderie del Quirinale, inaugurando la mostra *Novecento. Arte e Storia in Italia* nella quale i curatori, Maurizio Calvesi e Paul Ginsburg, hanno ideato un percorso espositivo inedito nel quale le opere d'arte "dialogavano" con gli eventi storici. Dal 2000 in poi, Sisal ha intensificato il proprio impegno a supporto della promozione del patrimonio artistico dando continuità alla collaborazione con le Scuderie del Quirinale attraverso la sponsorizzazione di altre importanti mostre come: *Rinascimento: capolavori dei musei italiani*, a cura di Antonio Paolucci; *Capolavori del Guggenheim. Il grande collezionismo da Renoir a Warhol*, evento di rilevanza internazionale realizzato con la collaborazione dell'omonima Fondazione di New York; la monografica su *Antonello da Messina* e, per la prima volta in Italia, alcune prestigiose opere della cultura orientale con l'esposizione *Cina - nascita di un Impero*. Ha fatto seguito, nell'autunno del 2008, l'importante monografica dedicata a Giovanni Bellini, nella quale sono state esposte non solo le famose Madonne, ma per la prima volta anche alcune straordinarie pale d'altare, come quella con il Battesimo di Cristo eseguita per la Chiesa della Santa Corona a Vicenza e la bellissima Pala Pesaro. Tutti i prestiti sono stati possibili grazie alla collaborazione con i più importanti musei del mondo, le Soprintendenze italiane, le Curie ecclesiali coinvolte e la città di Venezia. In parallelo alla mostra è stata condotta una campagna d'indagini scien-



tifiche che ha svelato il lavoro preparatorio delle opere di Giovanni Bellini. Dall'autunno 2009, sempre alle Scuderie del Quirinale, Sisal ha contribuito all'esposizione *Roma. La pittura di un Impero*, in cui sono state esposte circa 100 opere appartenenti al periodo della Roma Imperiale (I secolo a.C.-V d.C), fonte d'ispirazione di canoni culturali ed estetici che hanno segnato tutta la pittura e l'arte occidentale successiva. Si tratta di una mostra di grande valore scientifico che ha permesso di comprendere l'originalità di tale produzione, superando la visione di una pittura romana erede passiva del patrimonio classico greco. La ricostruzione di questo mondo è stata possibile grazie a prestiti provenienti dai più importanti siti archeologici e da musei tra cui il Louvre di Parigi, il British Museum di Londra, il Museo Egizio del Cairo, i musei archeologici di Monaco, Francoforte, Zurigo, ma anche il Museo Archeologico di Napoli, gli Scavi di Pompei, il Museo Nazionale Romano, i Musei Vaticani e i Musei Capitolini di Roma.

Sempre a Roma, oltre alle Scuderie del Quirinale, negli ultimi anni Sisal ha sostenuto l'attività espositiva della Galleria Borghese con la mostra *Raffaello. Da Firenze a Roma*. Un'altra iniziativa di grande rilievo sostenuta da Sisal nella Capitale, è stata la mostra *Il Satiro danzante* organizzata presso la Camera dei Deputati del Parlamento Italiano.

Tra le attività a supporto del patrimonio architettonico, si segnala nel 2009 il restauro conservativo di un'importante fontana romana che si affaccia sull'ingresso dell'Arciconfraternita dei Bergamaschi promossa dalla Congregazione per i Vescovi. L'attività di Sisal nel settore culturale si completa con il contributo dato alla riapertura dell'*Auditorium Conciliazione* a Roma e con l'impegno pluriennale per la sua sponsorizzazione.

★ 7.5 Le sponsorizzazioni sportive

Sisal qualifica la propria presenza nel mondo dello sport attraverso numerose iniziative di sponsorizzazione. Dal 2009 Sisal ha deciso di sostenere non solo singole squadre ma diventare sponsor e sostenitrice dello sport in senso lato ed è presente con il logo Match Point in diverse realtà: Lega Basket, Lega Pallavolo, Lega Pallanuoto e Federazione Italiana Rugby per il campionato Super 10.

Puntando soprattutto su un'ampia copertura territoriale, Sisal è tradizionalmente presente sui campi di calcio di serie A e B con il marchio Sisal Match Point. Nella stagione 2009-2010 ha sponsorizzato Atalanta, Catania, Livorno, Parma, Siena, Udinese, Brescia, Crotone, Frosinone, Grosseto, Lecce, Triestina, e ha deciso di sostenere come main sponsor L'Aquila Calcio 1927, squadra radicata nella cultura abruzzese.

L'unico rapporto privilegiato con una squadra di calcio di serie A è quello attuato con l'Inter, F.C. Internazionale, del quale è Top Gold Sponsor per il 2009-2010.

Sisal è inoltre sponsor, con Sisal Match Point, di Giorgio Sanna, pilota ufficiale di Audi Italia nel campionato italiano GT3 e, in ambito motociclistico, del team Miglio KTM Supermotard, Campione del Mondo nel 2008.

Completa la propria presenza sul territorio, attraverso il marchio SuperEnalotto, sostenendo il Varese Basket, del quale è Top sponsor, e il CUS Verona Rugby.

In veste di partner Sisal ha partecipato a grandi eventi sportivi, fra i quali i Mondiali di Ciclismo di Varese nel 2008, la "Stramilano 2009", la Lake Garda Marathon, nella seconda edizione del 2008, e l'evento motociclistico "Cuore e Asfalto" a Verona, in ricordo di Bruno Ruffo, il primo pilota italiano che vinse il Motomondiale nel 1949.

★ 7.6 La socializzazione

Un elemento al quale Sisal si è sempre dimostrata sensibile è quello della socializzazione, rivolgendo particolare attenzione ai momenti di grande intrattenimento popolare e di aggregazione sociale. Il suo specifico approccio al gioco come forma di intrattenimento sano ha portato Sisal a sostenere spettacoli teatrali di grande impatto come, nella stagione 2008/2009, il musical itinerante "Robin Hood" di Beppe Dati (regia di Christian Ginepro, con la partecipazione di Manuel Frattini) che ha riscosso un grande successo di pubblico in tutte le città italiane che lo hanno ospitato. Con il marchio Sisal Poker sponsorizza gli incontri di poker all'interno della manifestazione "All'ombra del Colosseo" a Roma.

Il Meeting di Rimini

Con le sue oltre 700.000 presenze, il Meeting di Rimini – che dal 1980 si svolge ogni anno nella seconda metà di agosto – è il Festival estivo di incontri, mostre, musica e spettacolo più frequentato del mondo. Si tratta di una realtà unica nel suo genere: un'Associazione che da 29 anni si propone di creare occasioni di incontro tra persone di fedi e culture diverse, nella certezza che luoghi di amicizia tra gli uomini possano essere l'inizio della costruzione della pace, della convivenza e del bene comune. Da sei anni Sisal è tra gli Sponsor a supporto di questa importante iniziativa.

Sempre in direzione del sostegno di attività significative sul territorio rivolte a specifici gruppi sociali, Sisal è stata partner ufficiale della 82ª adunata degli Alpini che si è tenuta nel maggio 2009 a Latina.



Facciamo vincere i giovani



FACCIAMO VINCERE I GIOVANI

★ 7.7 Il Piano d'azione di CSR 2009-2010

Dal 2009 Sisal ha deciso di qualificare ulteriormente la propria presenza nella Comunità attraverso una specifica strategia rivolta al mondo dei giovani per creare concrete opportunità nella loro vita, nella loro formazione, nei momenti di socializzazione ma anche in situazioni di emergenze individuali e sociali. Questo obiettivo è la linea guida del progetto FACCIAMO VINCERE I GIOVANI varato nel 2009 per proseguire negli anni a venire. Le azioni identificate sono coerenti con i valori distintivi di Sisal, e in particolare con la sua responsabilità nei confronti della Comunità. Nell'ambito di questo piano di *Corporate Social Responsibility*, Sisal ha deciso di investire su azioni di grande impatto da realizzare con partner di consolidata esperienza nei rispettivi settori di attività.

Le aree strategiche del Piano d'Azione FACCIAMO VINCERE I GIOVANI, grazie al quale Sisal ha deciso di concentrare i propri investimenti verso la Comunità a completamento della propria strategia complessiva di *Corporate Social Responsibility*, sono: la formazione, l'aggregazione positiva e l'intrattenimento, i programmi di charity rivolti ai più piccoli e lo sport.

■ Sisal Academy: la formazione dei giovani talenti

Sisal persegue da tempo un progetto di formazione permanente rivolto sia alle risorse interne all'Azienda sia alla Rete di Ricevitori. Sisal ha quindi deciso di estendere l'ambito dell'attività formativa di Sisal Academy diffondendola anche nella Comunità con particolare attenzione al processo di formazione dei giovani come strumento di arricchimento delle proprie *skills* e di affermazione nella vita professionale.

In particolare, nel 2009, ha deciso di siglare una partnership strategica con la Business School de "Il Sole 24 Ore". Con il proprio brand Sisal Academy, è diventata partner esclusivo del Master in Marketing e Comunicazione che si tiene a Roma e che si rivolge a giovani neolaureati che desiderano perseguire una carriera nelle aree del Marketing e della Comunicazione. Il sostegno di Sisal offre ai giovani con maggiori potenzialità una borsa di studio che copre non solo i costi totali della frequenza del Master, ma anche il soggiorno a Roma per i mesi di corso in aula. Inoltre, alcuni degli studenti verranno invitati a proseguire questa esperienza con uno stage presso la sede milanese di Sisal.

All'interno del Master, Sisal svolge un ruolo attivo nella didattica mettendo a disposizione la propria esperienza per realizzare un laboratorio dedicato ai temi della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Sisal desidera offrire in questo modo una concreta opportunità di formazione ai giovani di talento provenienti soprattutto da regioni d'Italia ad alto tasso di disoccupazione, a partire dall'Abruzzo colpito dal sisma nell'aprile 2009.





■ **Sisal per le Arti: una socializzazione costruttiva**

Continuando nel solco della propria tradizione, Sisal sostiene progetti di arte e cultura che offrano occasioni di aggregazione sociale costruttiva e che sottolineino la funzione di agente di socializzazione positiva che il gioco può rivestire.

Per il 2009, nell'ambito del piano di *Corporate Social Responsibility* FACCIAMO VINCERE I GIOVANI, Sisal ha deciso di investire in un'occasione particolarmente significativa per Milano, città in cui l'Azienda è stata fondata e ha la propria sede principale, sostenendo in qualità di *Special Sponsor* il Piccolo Teatro in uno dei suoi progetti più importanti per la città: l'apertura del Chiostro del Bramante, in via Rovello, restituito alla città come luogo d'incontro e socializzazione per giovani, studenti e appassionati di teatro, che potranno trovare qui una nuova "piazza" dedicata all'arte e alla cultura.



Sisal partecipa anche alla riapertura e alla nuova stagione del Teatro Grassi, sede storica del Piccolo Teatro fondato nel 1947 e dall'autunno 2009 restituito a Milano dopo due anni di restauri.

Con questo investimento, Sisal intende sostenere il ruolo cruciale svolto dal Piccolo Teatro nella formazione e diffusione della cultura teatrale anche presso i pubblici dei più giovani con le sue attività di workshop, di ricerca e di approfondimento rivolte a studenti della scuola primaria, secondaria e delle università.



■ Junior Stars: Sisal e l'attenzione per i più piccoli

A completamento delle attività rivolte ai giovani, Sisal ha identificato un'area strategica nell'aiuto a bambini e ragazzi in difficoltà. Il progetto, che si articolerà in interventi diversificati sul territorio, nel 2009 si è concentrato sui bambini coinvolti dall'emergenza terremoto in Abruzzo. L'incontro con Save the Children – la più grande organizzazione internazionale indipendente per la difesa e la promozione dei diritti dei bambini che dal 1919 opera per migliorare le loro condizioni di vita in tutto il mondo e che è presente in Italia dal 1999 come ONG riconosciuta dal Ministero degli Esteri – ha offerto a Sisal la possibilità di testimoniare ancora una volta il suo impegno di Responsabilità Sociale verso la Comunità.



Entro 12 ore dal terremoto che ha colpito l'Abruzzo il 6 aprile 2009, un team di Save the Children si è immediatamente recato nelle zone colpite per verificare le necessità della popolazione e definire gli interventi di aiuto ai bambini. Il team ha evidenziato una situazione di "emergenza nell'emergenza" che coinvolgeva i bambini fuggiti dalle case, bisognosi di sostegno e supporto psicologico per superare lo choc subito.

Save the Children ha attivato le "Aree a Misura di Bambino" nei campi di Bazzano, Italtel, Acquasanta e Paganica che Sisal, con il suo progetto Sisal Junior Stars, ha finanziato e supportato. L'obiettivo è stato quello di offrire ai minori colpiti dal terremoto l'opportunità di continuare a imparare e giocare, accelerando il ritorno a una vita normale per loro e le loro famiglie. Il progetto ha previsto anche la partecipazione della Comunità, in particolare coinvolgendo i genitori nella pianificazione delle attività per rispondere alle necessità dei bambini e delle loro famiglie. Inoltre, sono stati chiamati gli educatori locali per lo svolgimento di alcune attività, per offrire alla popolazione opportunità di impiego nelle proprie aree di specializzazione. Il sostegno di Sisal ha consentito a Save the Children, sia di intervenire immediatamente nel periodo della prima risposta all'emergenza, sia di essere presente nei campi sfollati anche nella fase post-emergenza.



■ Sisal per lo Sport

Il Piano d'Azione di *Corporate Social Responsibility* 2009-2010 **FACCIAMO VINCERE I GIOVANI** identifica nello sport un'area cruciale di socializzazione costruttiva per i più giovani che, negli anni formativi, trovano nelle pratiche sportive l'opportunità di costruire un senso di disciplina anche interiore, di rispetto di regole condivise, di sviluppo della propria capacità di stare all'interno di un gruppo e di gareggiare per un obiettivo di eccellenza di sé e della propria squadra.

In questa direzione, Sisal sta lavorando a diversi progetti che contribuiscono in modo concreto alla diffusione della pratica dell'attività spor-



tiva a livello giovanile e nel 2009 ha deciso di sostenere come main sponsor L'Aquila Calcio 1927, squadra abruzzese. Le attività previste dal Piano d'Azione a sostegno dei giovani trovano dunque un ulteriore e logico sviluppo nell'area di aggregazione sociale sana rappresentata dallo sport.

COSTRUIAMO UNA SPERANZA “COMPETENTE”

La speranza, oltre al sogno, è la forza trainante sana e non patologica che sta alla base della decisione di giocare e su cui Sisal ha deciso di investire.

La speranza di cambiare l'orizzonte di opportunità della propria vita o di quella di coloro che abbiamo a cuore, per costruire un futuro migliore e più ampio. Una speranza non passiva ma che sa darsi degli strumenti e sa dunque farsi competente, anche attraverso le opportunità offerte dal Piano d'Azione Sisal FACCIAMO VINCERE I GIOVANI.

Per dialogare su queste iniziative e proporre di nuove per il futuro, Sisal ha aperto una linea diretta con la Comunità anche attraverso l'indirizzo e-mail giovani@sisal.it.





La decisione di SISAL di intraprendere un percorso strutturato di Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR), che ha come primo traguardo significativo il presente Rapporto Sociale, rappresenta una scelta di sicuro interesse dal momento che si propone di illustrare agli Stakeholder gli impegni dell'Azienda e di costruire con essi una relazione stabile.

La storia di Sisal, presentata nei capitoli iniziali del Rapporto Sociale, come pure alcune dichiarazioni del management aziendale che abbiamo potuto raccogliere, disegnano un'Azienda intenta a costruire e a rappresentare un'immagine del gioco trasparente, allegra e legittima. È infatti il caso di ricordare il ruolo dell'operato di soggetti come SISAL nel sottrarre alla malavita organizzata importanti porzioni di tutto il sistema di questo settore. Il gioco rappresenta non solo un comparto economico in grande espansione ma anche una dimensione sociale che la situazione economica del momento rende estremamente sensibile: basti pensare al numero in continuo aumento di coloro che ripongono nel gioco le speranze per risolvere o migliorare situazioni personali spesso determinate dalla crisi. Per questo è necessario che, accanto alla regolamentazione istituzionale cui provvede l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) attraverso precise regole stabilite nei contratti di servizio, vi sia oggi più che mai un'autoregolamentazione da parte delle imprese concessionarie come SISAL.

In questo ambito si concentrano gli impegni dell'Azienda, presentati in questo Rapporto, per l'adozione di un'"etica del gioco" che si caratterizza, ad esempio, nella campagna pubblicitaria "GIOCA IL GIUSTO", come pure nella prevenzione di forme compulsive di gioco attraverso meccanismi che limitano automaticamente il tempo di gioco online. A ciò si aggiunge la partnership dell'Azienda con strutture in grado di assistere i giocatori patologici e la formazione degli operatori presenti sul territorio. Questo modo di interpretare il ruolo dell'Azienda nella società si concretizza, infine, in azioni di restituzione alla Comunità, descritte nel capitolo VII di questo Rapporto, il cui obiettivo di fondo è la crescita del capitale sociale del Paese e dei giovani in particolare.

Per tutte queste ragioni, il Network Lavoro Etico, con questa postfazione – che non rappresenta un'asseverazione dei contenuti e dei metodi utilizzati dall'Azienda nella redazione del Rapporto Sociale - intende sottolineare quanto sia significativo l'impegno di SISAL testimoniato da questo Rapporto. E ciò soprattutto in relazione al ruolo e alla visibilità che l'Azienda riveste nella società e al giudizio a cui accetta di sottoporsi, senza averne alcun obbligo, rendendo pubblici dati, progetti e impegni di grande interesse e importanza per i propri Stakeholder.

Luca Valli
Network Lavoro Etico

Questo Rapporto Sociale è stato realizzato dal CSR Leadership Team di Sisal, che si occupa dello sviluppo della Corporate Social Responsibility in Azienda e della realizzazione del Piano d'Azione di CSR che mette in atto le strategie e gli obiettivi riguardanti gli Stakeholder di Sisal.

Il CSR Leadership Team è costituito da:

Michael Staskin
Direttore Marketing e Comunicazione

Andrea Castellani
Responsabile Internal Audit e Risk Management

Mario Corti
Direttore Affari Legali e Societari

Giovanni Emilio Maggi
Direttore Relazioni Istituzionali

Marco Migliorisi
Responsabile Amministrazione e Finanza

Andrea Orlandini
Direttore Risorse Umane e Organizzazione

Il coordinamento interno per la stesura del Rapporto Sociale è stato curato da:

Gianmario Trovò

Il Rapporto Sociale e il Piano d'Azione CSR 2009-2010 sono stati realizzati con il supporto di Olivares Consulting e in particolare da:

Federica Olivares
Franco Bompani
Anna Clerici
Marina Lanfranconi

Realizzazione editoriale

Edizioni Olivares

Progetto grafico

Orith Kolodny

Fotografie

Susanna Busnelli

Contatti:

Sede legale Sisal S.p.A.

Via Alessio di Tocqueville, 13
20154 Milano, Italia
Tel. +39 02.88681

Sede di Roma

Viale Sacco e Vanzetti, 89
00155 Roma, Italia
Tel. +39 06.439781

www.sisal.it | infoCSR@sisal.it